ESTIMATES

Industry Canada

Performance Report

For the period ending
March 31, 2002

Canada

The Estimates Documents

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament.

The Estimates of the Government of Canada are structured in several parts. Beginning with an overview of total government spending in Part I, the documents become increasingly more specific. Part II outlines spending according to departments, agencies and programs and contains the proposed wording of the conditions governing spending which Parliament will be asked to approve.

The *Report on Plans and Priorities* provides additional detail on each department and its programs primarily in terms of more strategically oriented planning and results information with a focus on outcomes.

The *Departmental Performance Report* provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the spring *Report on Plans and Priorities*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of funds.

©Minister of Public Works and Government Services Canada — 2002

Available in Canada through your local bookseller or by mail from

Canadian Government Publishing — PWGSC

Ottawa, Canada K1A 0S9

Catalogue No. BT31-4/45-2002
ISBN 0-660-62118-5

103-02613/

Foreword

In the spring of 2000, the President of the Treasury Board tabled in Parliament the document "Results for Canadians: A Management Framework for the Government of Canada". This document sets a clear agenda for improving and modernising management practices in federal departments and agencies.

Four key management commitments form the basis for this vision of how the Government will deliver their services and benefits to Canadians in the new millennium. In this vision, departments and agencies recognise that they exist to serve Canadians and that a "citizen focus" shapes all activities, programs and services. This vision commits the Government of Canada to manage its business by the highest public service values. Responsible spending means spending wisely on the things that matter to Canadians. And finally, this vision sets a clear focus on results – the impact and effects of programs.

Departmental performance reports play a key role in the cycle of planning, monitoring, evaluating, and reporting of results through ministers to Parliament and citizens. Departments and agencies are encouraged to prepare their reports following certain principles. Based on these principles, an effective report provides a coherent and balanced picture of performance that is brief and to the point. It focuses on outcomes - benefits to Canadians and Canadian society - and describes the contribution the organisation has made toward those outcomes. It sets the department's performance in context and discusses risks and challenges faced by the organisation in delivering its commitments. The report also associates performance with earlier commitments as well as achievements realised in partnership with other governmental and non-governmental organisations. Supporting the need for responsible spending, it links resources to results. Finally, the report is credible because it substantiates the performance information with appropriate methodologies and relevant data.

In performance reports, departments and agencies strive to respond to the ongoing and evolving information needs of parliamentarians and Canadians. The input of parliamentarians and other readers can do much to improve these reports over time. The reader is encouraged to assess the performance of the organisation according to the principles outlined above, and provide comments to the department or agency that will help it in the next cycle of planning and reporting.

This report is accessible electronically from the Treasury Board of Canada Secretariat Internet site:
http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dpre.asp

Comments or questions can be directed to:

Results-based Management Directorate
Treasury Board of Canada Secretariat
L'Esplanade Laurier
Ottawa, Ontario K1A OR5

OR to this Internet address: rma-mrr@tbs-sct.gc.ca

Industry Canada Industrie Canada

Industry Canada

Performance Report

For the period ending
March 31, 2002

Minister of Industry

Contents

Section 1: Minister's Portfolio Message 1

Section 2: Departmental Performance 3

2.1 Industry Canada's Business: Growing a Dynamic Economy 3

Societal Context 3

How Industry Canada Contributes 4

Innovation 5

Connectedness 5

Marketplace 7

Investment 7

Trade 8

2.2 Partnerships Mean Success 9

2.3 Financial Information 9

2.4 Industry Canada Priorities Chart 10

2.5 Performance Accomplishments 11

Innovation 11

Connectedness 14

Marketplace 18

Investment 22

Trade 25

2.6 Government-Wide Themes and Management Issues 28

Modernizing Comptrollership 28

Government On-Line 28

Citizen-Centred Service Delivery 29

Exemplary Workplace 30

Section 41 of the *Official Languages Act* 32

Section 3: Consolidated Reporting 33

3.1 Materiel Management 33

3.2 Procurement and Contracting 33

3.3 Regulatory Initiatives 34

3.4 Sustainable Development Strategy 34

3.5 Horizontal Results 36

Section 4: Financial Performance 43

4.1 Matching Resources to Strategic Objectives 43

4.2 Financial Summary Tables 44

Section 5: Other Information 56

5.1 Industry Portfolio Organizational Structure 56

Appendix A: Detailed Activity Information 57

Index 73

Section 1:

Minister's Portfolio Message

The dawn of the twenty-first century has seen the development of the global knowledge economy. The Government of Canada has been working for the past decade to create winning conditions for Canadians to ensure that we are ideally positioned — with both the tools and the skills necessary — to seize the opportunities offered in the new economy.

It started with eliminating the deficit and with good fiscal management, followed closely by significant corporate and personal tax cuts and streamlining government. Over the last decade, we also built an impressive research and development (R&D) infrastructure and became one of the world's most connected countries. We are now global leaders in per capita access to information technology and the Internet.

Today we are seeing the benefits of these investments. Our success can be measured in having the fastest rate of growth among the G7 countries in areas such as: private-sector R&D spending; external patent applications; R&D intensity; and the number of workers devoted to R&D.

But in this global race we cannot afford to rest on our laurels. That is why, in February of 2002, our government launched *Canada's Innovation Strategy*. This strategy is designed to foster a culture of innovation in Canada, improve the quality of life for Canadians and to see the maple leaf become the hallmark of excellence for the world.

Canada's Innovation Strategy identifies opportunities in four key areas: creating new knowledge and bringing those ideas to market quickly and effectively; ensuring that Canada has enough highly qualified people with the skills needed to compete globally; modernising our business and regulatory policies to foster entrepreneurship; and, supporting innovation at the local level so that our communities continue to be magnets for investment and opportunity.

The Industry Portfolio is:

- Atlantic Canada Opportunities Agency
- Business Development Bank of Canada*
- Canada Economic Development for Quebec Regions
- Canadian Space Agency
- Canadian Tourism Commission*
- Competition Tribunal
- Copyright Board Canada
- Enterprise Cape Breton Corporation*
- Industry Canada
- National Research Council Canada
- Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada
- Social Sciences and Humanities Research Council of Canada
- Standards Council of Canada*
- Statistics Canada
- Western Economic Diversification Canada

* Not required to submit a Departmental Performance Report.

To develop this strategy, we are talking to Canadians from coast to coast to coast to create an action plan for the next decade. *Canada's Innovation Strategy* is not a government program but a call for all sectors of the economy to work together to achieve ambitious targets for the future. The action plan will identify specific ways that government, business, academia and communities can achieve our national goals.

The Industry Portfolio, consisting of 15 departments and agencies, is an important instrument in fostering innovation in Canada. Industry Canada plays a key role in the Industry Portfolio and I am pleased, therefore, to present this Performance Report for 2001–02.

Industry Canada's five strategic objectives are: to improve Canada's innovation performance; to make Canada the most connected country in the world; to build a fair, efficient and competitive marketplace; to improve Canada's position as a preferred location for investment; and to increase Canada's share of global trade. Major accomplishments and work of the past year include:

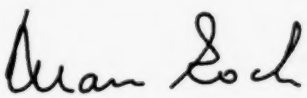
- The release of *Achieving Excellence: Investing in People, Knowledge and Opportunity* — Industry Canada's part of *Canada's Innovation Strategy*. This paper offers a blueprint for building a stronger, more competitive economy and identifies actions that all sectors of the economy can take to improve innovation and productivity in Canada.
- The release of the report of the National Broadband Task Force. Industry Canada received $35 million in funding for broadband expansion to support the report and continue to ensure that the advantages of the Internet are available to all Canadians.

Equally important, Industry Canada's work over the past year includes several on-going initiatives:

- Industry Canada's Marketplace Service Organizations (MSOs) work continually to modernize the rules of the marketplace, its services to clients, and the tools used to detect, prevent and deter fraudulent, unfair and deceptive behaviour.
- A strong investment climate is key to Canada's economic growth. Industry Canada supports Investment Partnerships Canada, other governments and the private sector in developing and implementing investment policy initiatives; promoting Canada to the world; attracting investment to priority markets and sectors; encouraging investment in small and medium-sized enterprises; and promoting Aboriginal businesses.
- In its role in increasing Canada's share of global trade, Industry Canada encourages small and medium-sized enterprises to export to the world and helps established companies find new markets. It also works with the Department of Foreign Affairs and International Trade to promote Canada as a trading partner of choice.

These are only a few highlights. I invite you to explore Industry Canada's Departmental Performance Report to discover the many ways that Industry Canada contributes to Canada's economic progress and growth.

Working together we are making our country a stronger and more prosperous place for all Canadians.



Allan Rock
Minister of Industry

Section 2:

Departmental Performance

2.1 Industry Canada's Business: Growing a Dynamic Economy

Canadians are experiencing changes as technology continues to influence our lives, and increasing globalization means engaging in new ways of doing business. Industry Canada's aim is to help Canadians be more productive and competitive in the knowledge-based economy. To achieve this goal, the Department has set five strategic objectives (Innovation, Connectedness, Marketplace, Investment and Trade) to promote growth in **productivity**, **employment** and **income**, and to promote **sustainable development**. In essence, Industry Canada's mandate is about growing a dynamic economy that:

- provides more and better-paying jobs for Canadians;
- supports stronger business growth through continued improvements in productivity and innovation performance;
- gives consumers, businesses and investors confidence that the marketplace is fair, efficient and competitive; and
- ensures a more sustainable economic, environmental and social future for Canadians.

Achieving these goals will help Canada thrive and prosper in the new economy.

Societal Context

In its 2001 Human Development Index, the United Nations ranked Canada third in the world in terms of quality of life. Canada can maintain this high standard of living by continuing to nurture and develop its existing strengths and assets, as well as exploring new avenues and opportunities for improving productivity and encouraging innovation.

One of the broadest indicators of a country's standard of living and economic health is real gross domestic product (GDP) per capita, an inflation-adjusted value of all the goods and services produced in a country. Canada's real GDP shows that our standard of living has grown from $24,000 in 1981 to $33,000 in 2001 (measured in 1997 dollars). The real output per capita has increased 2.9 percent per year since 1997. Canada and most post-industrial nations experienced a slowdown in their economies in 2001. However, an increased housing demand, healthy gains in consumer spending, a slowdown of inventory depletion, and a rebound in exports and manufacturing contributed to an annualized 6.0–percent increase in GDP in the first quarter of 2002 in Canada. This rate is more than twice that of the previous quarter and the best since the fourth quarter of 1999.

Another indicator of a country's economic health is the real disposable income per capita, influenced by productivity, employment growth and taxes. Canadians experienced a 2.3–percent annual increase in disposable income per capita between 1997 and 2001. Although our standard of living is high, the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) reports that Canada's real per capita incomes have not kept pace with those of the United States. The OECD attributes this variance, in part, to the gap in productivity between the two countries.

However, the difference in incomes narrowed in 2000 and again in 2001, suggesting that the Canadian economy is moving in the right direction. We can continue to narrow this gap by exploring and investing in new opportunities that will enhance our position in the knowledge-based economy.

With respect to the labour market, Canada has experienced strong performance: more than 1.5 million new jobs were created between 1996 and 2000. This represents the highest rate of growth among the G7 countries. A year-end review shows that 13,000 more Canadians were working at the end of 2001. Although this demonstrates a modest (0.1 percent) increase in employment growth, it comes at a time when the global economy was such that many post-industrial countries experienced declines in employment rates. Another indicator of Canada's improved labour market performance is its unemployment rate, which dropped to 7.2 percent in 2001 from 9.1 percent in 1997.

How Industry Canada Contributes

"In the new, global knowledge economy of the 21st century prosperity depends on innovation which, in turn, depends on the investments that we make in the creativity and talents of our people. We must invest not only in technology and innovation but also, in the Canadian way, to create an environment of inclusion, in which all Canadians can take advantage of their talents, their skills and their ideas; in which imagination, skills and innovative capacity combine for maximum effect."

— Jean Chrétien, Prime Minister of Canada, *Achieving Excellence: Investing in People, Knowledge and Opportunity*

Building a world-leading economy driven by innovation, imagination and talent is one of the major goals identified by the Government of Canada in the 2001 Speech from the Throne. The introduction of *Canada's Innovation Strategy* on February 12, 2002, marked a significant milestone in achieving this goal. Industry Canada, in partnership with Human Resources Development Canada (HRDC), has developed a national innovation strategy, presented in two papers — *Achieving Excellence: Investing in People, Knowledge and Opportunity* and *Knowledge Matters: Skills and Learning for Canadians* (**www.innovationstrategy.gc.ca**). This strategy became a basis for the government-wide agenda that seeks to build upon our strengths and values, and improve the standard of living for all Canadians.

In terms of fostering innovation and growth in productivity, Industry Canada recognizes the importance of sustainable development. The Department's Sustainable Development Strategy for 2000–03, has three main objectives: productivity through eco-efficiency, environmental technologies, and integrating sustainable development into decision making. In developing a more productive and competitive, knowledge-based economy, Industry Canada works with many stakeholders to advance innovative sustainable development initiatives related to these objectives.

Industry Canada's five strategic objectives are aimed at helping Canadians make meaningful contributions to the knowledge-based economy through improved productivity and innovation. Each of these objectives reinforces the goals of the other four in encouraging growth in our economy. (*See Industry Canada's Priorities Chart, page 10*).

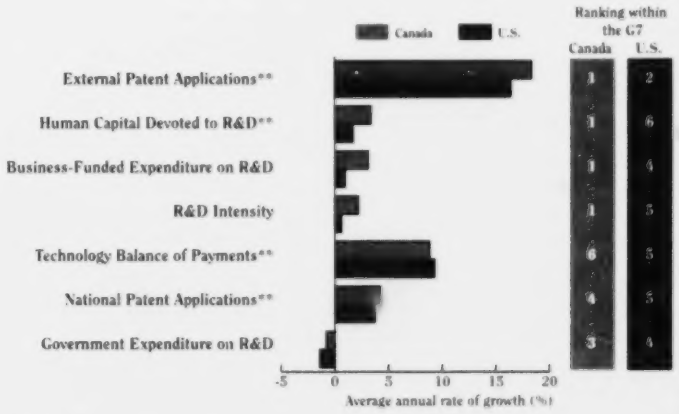
Innovation

Industry Canada is working to promote the adoption of an "innovation culture" in Canada.

Innovation has always been a driving force of economic performance and social development, but its importance has become especially critical in today's knowledge-based economy. As the pace of change continues to accelerate, the creation and application of new ideas and new ways of doing things form the foundation of any country's success. To sustain and grow Canada's prosperity, we must not only create opportunities for innovation, but also capitalize on investments in innovation.

Innovation has been identified by the OECD as a major catalyst for improving productivity. Although Canada's overall level of innovation performance is lower than that of many of the world's leading economies, our performance has shown significant improvements in relation to that of other G7 members and, in some areas, is outpacing our major competitors (*see Figure 1*). During the past two decades, Canada achieved the fastest rate of growth in the number of workers devoted to research and development (R&D), in external patent applications, and in business expenditures on R&D.

Figure 1: Canada's Innovation Performance
Average annual rate of growth, 1981–99*



* Or latest available year.
** Adjusted by size of labour force.

Source: OECD, *Main Science and Technology Indicators*, 2001:1 and 2001:2.

Industry Canada worked to ensure that Canada continues to invest in the creation and sharing of knowledge and that new ideas are translated into economic and social benefits for all Canadians.

Connectedness

Connectedness is at the foundation of the knowledge economy and society.

One of the government's most fundamental objectives is to create an environment of excellence in which all Canadians can take advantage of their talents, skills and ideas. In an increasingly competitive and knowledge-based economy, Canada has long been at the forefront of providing its citizens with affordable access to an advanced information and communications infrastructure and the skills necessary to fully reap the benefits of the information age.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Networked businesses are well positioned to take advantage of local and global opportunities and innovations that lead to increased productivity and prosperity. Through this competitive, knowledge-based advantage, countries can offer unique products and services for trade and become attractive locations for investment.

Industry Canada is the lead department in delivering on the Connecting Canadians initiative (**www.connect.gc.ca**). Through innovative programs and services, Industry Canada works in partnership to connect communities, connect Canada to the world, support electronic commerce and increase the availability of Canadian content on-line.

When compared with other advanced nations, Canada is currently among the leaders in connectedness. Recognizing the benefits of a networked economy, other countries are also implementing their own agendas. According to The Conference Board of Canada's 2001 connectedness index (*see Figure 2*), Canada ranks second after the United States, for the third consecutive year. The United States leads in availability and pricing, while Canada has taken the lead for both reach and use of information and communications technologies (ICTs). Canada has a significant lead in the deployment of broadband — a technology that can facilitate productivity and growth as well as technological innovation.

Figure 2: Summary of Connectedness Index Results for 2001*

	Overall		Availability		Price		Reach		Use	
No. of Indicators	42		12		8		12		10	
Weightings	**100%**		**20%**		**5%**		**25%**		**50%**	
	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index
United States	1	109	1	113	1	107	2	108	3	107
Canada	**2**	**108**	**2**	**107**	**3**	**104**	**1**	**109**	**1**	**111**
Sweden	3	106	3	105	3	104	2	108	2	109
Finland	4	102	5	101	1	107	4	100	5	101
United Kingdom	5	99	5	101	7	98	5	98	6	99
Australia	5	99	4	102	9	94	5	98	4	102
Germany	7	97	7	99	5	100	8	95	7	97
Japan	8	94	8	91	10	92	7	99	8	95
France	9	93	8	91	5	100	10	92	9	90
Italy	10	92	10	90	8	95	9	94	9	90

* Rankings are based on selected indicators, subject to the availability of credible, comparable international data. These rankings are estimates based on source data that are between 6 and 18 months old.

Source: The Conference Board of Canada, 2002. (**www.conferenceboard.ca**)

Networked businesses are well positioned to take advantage of local and global opportunities and innovations that lead to increased productivity and prosperity. Through this competitive, knowledge-based advantage, countries can offer unique products and services for trade and become attractive locations for investment.

Industry Canada is the lead department in delivering on the Connecting Canadians initiative (**www.connect.gc.ca**). Through innovative programs and services, Industry Canada works in partnership to connect communities, connect Canada to the world, support electronic commerce and increase the availability of Canadian content on-line.

When compared with other advanced nations, Canada is currently among the leaders in connectedness. Recognizing the benefits of a networked economy, other countries are also implementing their own agendas. According to The Conference Board of Canada's 2001 connectedness index (*see Figure 2*), Canada ranks second after the United States, for the third consecutive year. The United States leads in availability and pricing, while Canada has taken the lead for both reach and use of information and communications technologies (ICTs). Canada has a significant lead in the deployment of broadband — a technology that can facilitate productivity and growth as well as technological innovation.

Figure 2: Summary of Connectedness Index Results for 2001*

	Overall		Availability		Price		Reach		Use	
No. of Indicators	42		12		8		12		10	
Weightings	**100%**		**20%**		**5%**		**25%**		**50%**	
	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index	Rank	Index
United States	1	109	1	113	1	107	2	108	3	107
Canada	**2**	**108**	**2**	**107**	**3**	**104**	**1**	**109**	**1**	**111**
Sweden	3	106	3	105	3	104	2	108	2	109
Finland	4	102	5	101	1	107	4	100	5	101
United Kingdom	5	99	5	101	7	98	5	98	6	99
Australia	5	99	4	102	9	94	5	98	4	102
Germany	7	97	7	99	5	100	8	95	7	97
Japan	8	94	8	91	10	92	7	99	8	95
France	9	93	8	91	5	100	10	92	9	90
Italy	10	92	10	90	8	95	9	94	9	90

* Rankings are based on selected indicators, subject to the availability of credible, comparable international data. These rankings are estimates based on source data that are between 6 and 18 months old.

Source: The Conference Board of Canada, 2002. (**www.conferenceboard.ca**)

Marketplace

A fair, efficient and competitive marketplace is the cornerstone of a healthy and dynamic economy.

Globalization is rendering economic borders increasingly transparent. Businesses around the world are looking for strategic and competitive advantages, investing and trading in markets once difficult to access and penetrate. Through the Internet, Canadians are becoming global consumers, and are more informed and demanding. They are going beyond national borders and seeking stable environments to protect investments and transactions in these uncertain times.

The challenges for Industry Canada in promoting trade, investment, innovation and connectedness include making sure that Canada's national marketplace is fair, efficient and competitive. The national marketplace must contribute to an environment of trust and confidence, where public interest is protected and marketplace policies promote incentives to innovate. Whether Canadians conduct business at home or abroad, on the Internet, face to face or through other media, Canada's infrastructure must inspire confidence, both for Canadians and for foreign nationals, especially in light of recent geopolitical events.

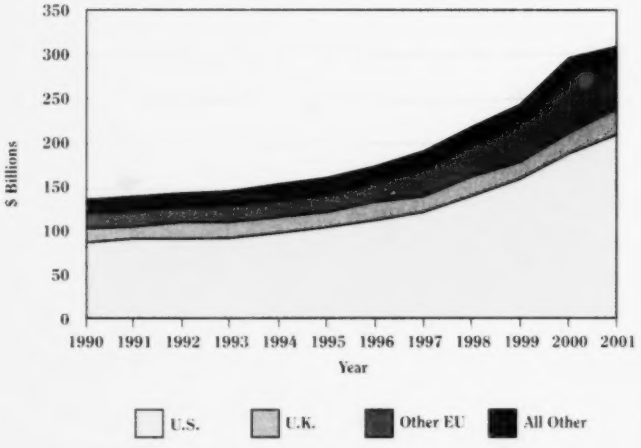
Industry Canada's marketplace service organizations are active players in the marketplace. They manage Canada's bankruptcy system, ensure that measurement devices are accurate, license and monitor the wireless industry, register and grant intellectual property rights (trademarks, patents, copyrights, industrial design and integrated circuit topographies), review mergers, stop telemarketing fraud, and represent consumer interests, to name a few of the activities they perform. They work together, and with other governments, countries and partners, to make sure that the Canadian marketplace is world-class.

Investment

Canada's economic fundamentals and relative cost advantages provide a first-rate business environment.

Analysis leading up to *Canada's Innovation Strategy* suggested that R&D done by governments is important. Governments in Canada perform 13 percent of Canada's R&D, which is considered average by the OECD. In order to improve this, the Government of Canada has committed to doubling its current level of investment in R&D by 2010. This commitment also encourages private investment. Both forms of investment are needed to encourage knowledge-based economic growth,

Figure 3: Canada's Inward Foreign Direct Investment Stock



Source: Industry Canada compilations based on Statistics Canada data.

sustainable development and further innovation. To sustain this growth, Canada is looking to both its domestic investors and the Canadian subsidiaries of foreign-owned companies.

Studies show that Canadian subsidiaries of foreign-owned companies contribute about 40 percent of all R&D in the important manufacturing sector. Consequently, foreign direct investment (FDI) is vital in the development of a knowledge-based and innovative economy.

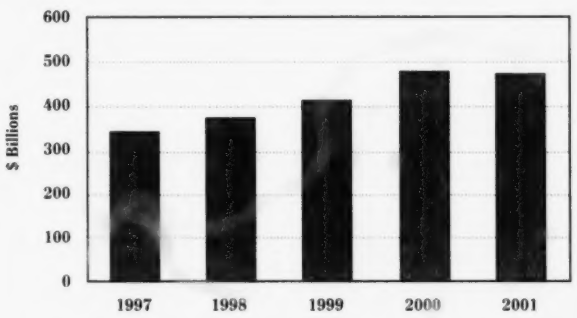
Canada's investment stock increased dramatically from $131 billion in 1990 to $321 billion in 2001. Two-thirds of this investment came from the United States. The share from the European Union has jumped in recent years after some high-profile acquisitions of Canadian companies. Despite these advances, Canada's overall share of FDI coming into North America still declined significantly over the past decade. To reverse this trend and increase Canada's share of North American inbound FDI, Industry Canada continued to work in partnership to establish Canada as the destination of choice for international investment within North America and to better market this advantage to potential investors.

Trade

Canada's export growth is playing a major role in fostering knowledge-intensive, high-wage jobs.

Much of Canada's economic growth in the past decade originated in the trade sector with exports accounting for 45.3 percent of Canada's GDP. In addition to generating revenues, trade improves efficiency and productivity as firms develop or adopt new technologies, and embrace new managerial methods resulting in new, high quality jobs.

Figure 4: Canadian Exports of Goods and Services



Source: Statistics Canada.

Canada's exports of goods and services declined by 2.1 percent to $467.6 billion in 2001, following nine consecutive years of growth and a record level of exports in 2000. This decline can be attributed, in part, to the economic and trade impact of the terrorist attacks of September 11, 2001, and the downturn in the U.S. economy. The United States, Canada's most important trading partner, accounted for 77.2 percent of two-way trade in goods and services and almost 82 percent of Canada's exports to this market in 2001.

In addition to paving the way for Canadian companies to increase domestic and international trade through improved market access, Industry Canada and its partners continued to develop and improve programs, products and services, and to provide them to Canadian firms and the export community in an integrated manner.

2.2 Partnerships Mean Success

The Department works in partnership with a variety of stakeholders in delivering its programs and services, and consults with these stakeholders in developing effective micro-economic policies. Members of the Industry Portfolio, other government departments, provincial and territorial governments, universities and colleges, non-governmental organizations (NGOs), and the relevant industrial sectors plus its many organizations are all important partners in helping Industry Canada fulfil its mandate and achieve its successes. Industry Canada will continue these cooperative partnerships to sustain Canada's economic growth and to identify new challenges and opportunities.

2.3 Financial Information

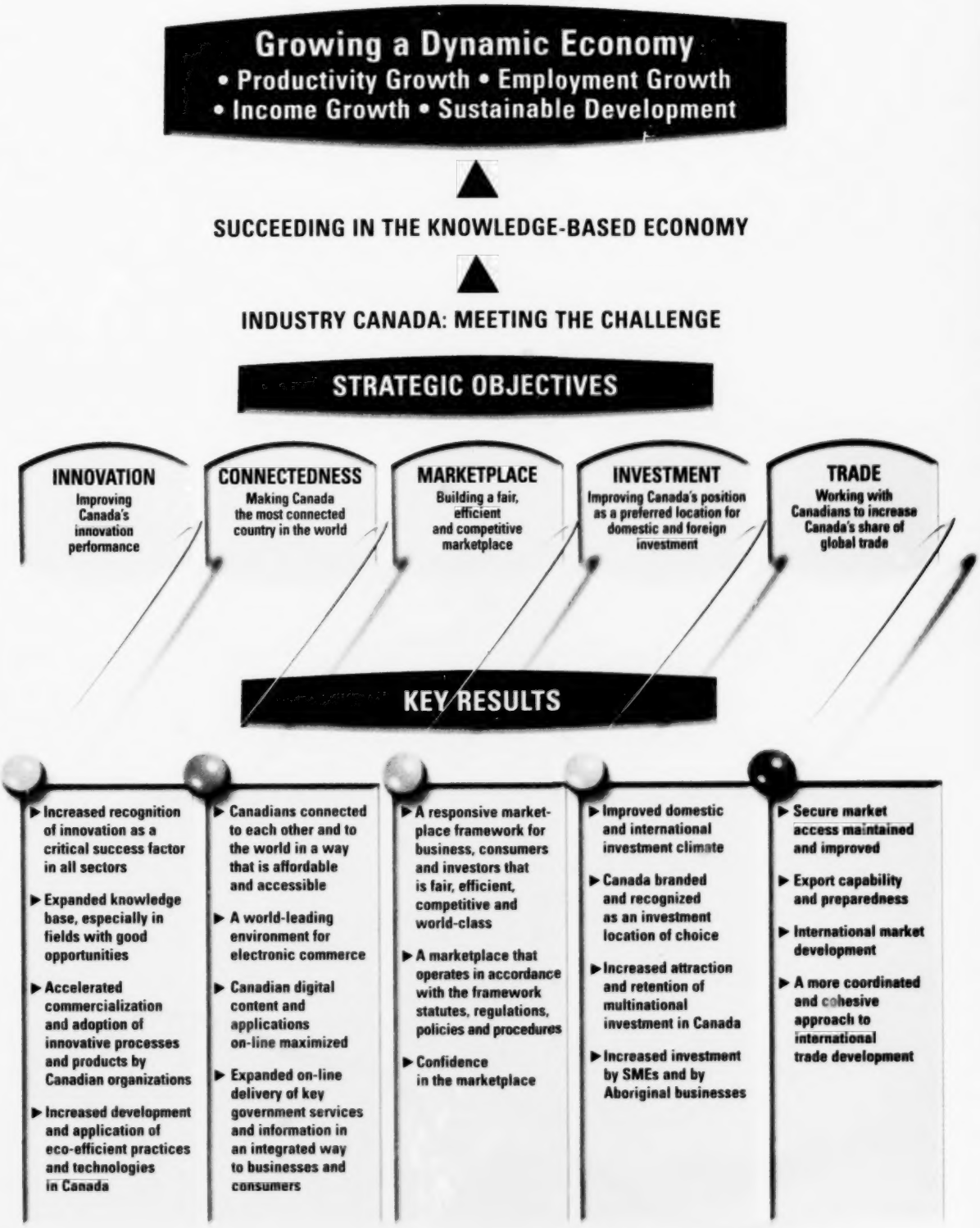
Over the past few years, Industry Canada has begun to modify its reporting structure in an effort to better account for resources allocated under its five strategic objectives. The Department recently completed a preliminary exercise to estimate the financial resources devoted to each strategic objective. The figures provided in this report for each strategic objective represent an approximate allocation of resources based only on the budgetary Main Estimates net of revenue. This exercise is a preliminary attempt to link resources to results, which should lead to improved planning and performance reporting. A more thorough breakdown of this financial information can be found in the table on page 43.

Summary of Industry Canada's Financial Performance Information

Planned Spending	$1,206,521,000
Total Authorities	$1,546,166,256
2001–02 Actuals	$1,409,540,121

Industry Canada receives its budget through Main and Supplementary Estimates approved by Parliament. In 2001–02, Industry Canada's Main Estimates budget was approved at $1,206.5 million. Through Supplementary Estimates plus other authorities, the Department received an additional $339.7 million, for a total authority of $1,546.2 million.

2.4 Industry Canada Priorities Chart



11-30

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

2.5 Performance Accomplishments

Below are highlights of Industry Canada's successes in its five strategic objectives: innovation, connectedness, marketplace, investment and trade. More detailed information on all accomplishments may be found in Appendix A.

Innovation

One of the most significant accomplishments of the past year was the release of Canada's Innovation Strategy, a blueprint for building a stronger, more competitive economy. The participation of all stakeholders, including governments, researchers, businesses, academia and all Canadians, is vital for its success.

Achieving Excellence: Investing in People, Knowledge and Opportunity emphasizes the importance of innovation in Canada's economy and proposes a national innovation vision. It establishes goals and targets, and outlines federal initiatives in support of the strategy.

Estimated financial resources allocated to improve Canada's innovation performance during the year 2001–02 were $397.8 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors

Industry Canada has worked to create a broad understanding of innovation and to build an innovation culture based on excellence and opportunities for all Canadians. The Department has developed a detailed diagnostic study of Canada's innovation performance along with key determinants for innovation and productivity to assist in drafting *Achieving Excellence*. The study provides the rationale for the policy directions set out in the federal government's innovation agenda.

An inclusive process was established by bringing together federal, provincial and territorial ministers to discuss innovation. The process led to the adoption by all jurisdictions of Principles for Action to make Canada one of the most innovative countries in the world. Provincial views and support for innovation helped to develop and launch *Canada's Innovation Strategy*.

Achieving Excellence is not only a strategy, but also a crucial instrument in educating Canadians on the important role innovation plays in strengthening Canada's economic performance and improving our standard of living. Its companion document, *Knowledge Matters*, outlines national goals for enhancing Canadians' participation in the workplace. Both papers are provided in electronic format on the Internet.

Technology Roadmaps

Technology roadmaps help companies identify, select and develop technology alternatives to satisfy future service, product or operational needs. Technology roadmaps were established in many areas:

- **Guide to Technology Roadmapping**, along with a brochure, is used to increase awareness in the private sector of roadmapping as an innovation tool.
- **Intelligent Buildings Technology Roadmap** focusses on energy management, office automation, indoor environment, local area networking, security and fire control.
- **Climate Change Technology Roadmaps** chart routes to lower greenhouse gas emissions, fuel cells, oil sands, and sustainable fuels and chemicals from biomass.
- **A scoping study on lean logistics** outlines the role of technology in potentially improving logistics processes, product flow and costs, and resulted in a partnership between the Canadian Association of Supply Chain and Logistics Management and Industry Canada to produce this roadmap.

(strategis.gc.ca/epic/internet/intrm-crt.nsf/vwGeneratedInterE/Home)

2.5 Performance Accomplishments

Below are highlights of Industry Canada's successes in its five strategic objectives: innovation, connectedness, marketplace, investment and trade. More detailed information on all accomplishments may be found in Appendix A.

Innovation

One of the most significant accomplishments of the past year was the release of Canada's Innovation Strategy, a blueprint for building a stronger, more competitive economy. The participation of all stakeholders, including governments, researchers, businesses, academia and all Canadians, is vital for its success.

Achieving Excellence: Investing in People, Knowledge and Opportunity emphasizes the importance of innovation in Canada's economy and proposes a national innovation vision. It establishes goals and targets, and outlines federal initiatives in support of the strategy.

Estimated financial resources allocated to improve Canada's innovation performance during the year 2001–02 were $397.8 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors

Industry Canada has worked to create a broad understanding of innovation and to build an innovation culture based on excellence and opportunities for all Canadians. The Department has developed a detailed diagnostic study of Canada's innovation performance along with key determinants for innovation and productivity to assist in drafting *Achieving Excellence*. The study provides the rationale for the policy directions set out in the federal government's innovation agenda.

An inclusive process was established by bringing together federal, provincial and territorial ministers to discuss innovation. The process led to the adoption by all jurisdictions of Principles for Action to make Canada one of the most innovative countries in the world. Provincial views and support for innovation helped to develop and launch *Canada's Innovation Strategy*.

Achieving Excellence is not only a strategy, but also a crucial instrument in educating Canadians on the important role innovation plays in strengthening Canada's economic performance and improving our standard of living. Its companion document, *Knowledge Matters*, outlines national goals for enhancing Canadians' participation in the workplace. Both papers are provided in electronic format on the Internet.

Technology Roadmaps

Technology roadmaps help companies identify, select and develop technology alternatives to satisfy future service, product or operational needs. Technology roadmaps were established in many areas:

- **Guide to Technology Roadmapping**, along with a brochure, is used to increase awareness in the private sector of roadmapping as an innovation tool.
- **Intelligent Buildings Technology Roadmap** focusses on energy management, office automation, indoor environment, local area networking, security and fire control.
- **Climate Change Technology Roadmaps** chart routes to lower greenhouse gas emissions, fuel cells, oil sands, and sustainable fuels and chemicals from biomass.
- **A scoping study on lean logistics** outlines the role of technology in potentially improving logistics processes, product flow and costs, and resulted in a partnership between the Canadian Association of Supply Chain and Logistics Management and Industry Canada to produce this roadmap.

(strategis.gc.ca/epic/internet/intrm-crt.nsf/vwGeneratedInterE/Home)

An interactive Web site where Canadians are encouraged to share their views on the strategy (**www.innovationstrategy.gc.ca/**) is a valuable tool in gathering feedback, assessing the reach of the strategy and promoting its proposals.

The government is currently engaging Canadians to identify ways we can work together to meet the national goals and objectives outlined in the strategy. This ongoing partnership is working to develop a shared vision and initiatives that will position Canada among the most innovative economies in the world.

In addition, Industry Canada produced reports and papers on productivity and innovation, and developed Internet-based tools and roadmaps to help firms become more innovative.

Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities

Investing in knowledge nurtures and expands Canada's knowledge base. Investments, especially in R&D, often result in high returns, especially in the growth of a skilled work force whose knowledge benefits both the public and private sectors. Despite high growth rates in business-related R&D in the 1990s, the amount of R&D funded and performed by Canadian businesses is still the second lowest among G7 countries. While Canada spends highly on public education, data produced by the OECD show that Canada has relatively few researchers, particularly scientists and engineers, in the labour force. Industry Canada's investment in the knowledge sector is designed to increase Canada's research capabilities and to develop and support the country's knowledge infrastructure.

Industry Canada developed several proposals to strengthen Canada's R&D capacity. Many of these proposals were in *Budget 2001*, including a $200–million payment to universities to help address the indirect costs associated with federally sponsored research, and an increase in funds for the National Research Council Canada's (NRC) regional technology centres program. Other 2001 budget investments were made in the Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC) and the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC). Long-term research investments were also made in Canada's National Research and Innovation Network, CA*net 4.

Industry Canada is currently exploring a number of areas where it might influence and encourage further development such as in commercialization, adapting advanced technologies and biotechnology usage.

Technology Partnerships Canada

During 2001–02, Technology Partnerships Canada (TPC) approved investments of more than $231 million in 106 projects, which are expected to leverage more than $679 million in additional investments. Investments included:

- $29 million in 77 projects through TPC's partnership with NRC's Industrial Research Assistance Program (IRAP) in support of SMEs;
- almost $75 million in six sustainable development-related projects, including photovoltaics, fuel cells and energy-efficient processes; and
- over $6 million in nine aerospace and defence supplier development program related projects.

From the program's inception in March 1996 to March 31, 2002, TPC's cumulative portfolio included projects representing an overall multiyear R&D investment of approximately $10 billion (including $1.9 billion from TPC). These projects are expected to create or maintain more than 36,000 jobs. TPC's active portfolio includes more than $675 million in 365 projects with SMEs. For more information, visit **www.tpc.ic.gc.ca**

Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

If our investments in innovation are to generate a high return, we must seize new opportunities and develop new ideas and processes. However, Canada's efforts at turning research projects into successful commercial endeavours, and adopting new technologies and methods, lag behind our competitors. While many Canadian firms are developing new and improved products for today's global marketplace, the private sector must be more aggressive in expanding its R&D capabilities and in marketing new products and services.

Industry Canada has worked to accelerate the commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations in all sectors of the economy, through investments in research, and policies that support organizations and universities, allowing them to nurture research. Multistakeholder consultative processes responding to the key challenges and opportunities of Canadian industries, called Pathways to Growth, have been held with the environmental and biotechnology sectors. Efforts to enhance the competitiveness of these industries in the 21st century have led to the environmental industry being the first to launch its consultation on-line and to the development of an innovation strategy to address opportunities in the biotechnology sector.

In recognition of the particular difficulties that small and medium-sized enterprises (SMEs) face in bringing their ideas to the market, the Department targets many programs to SMEs to help them overcome financial and managerial obstacles. The Communications Research Centre Canada (CRC) seeks to identify and close innovation gaps in Canada's communications sector by engaging in industry partnerships, building technical intelligence, and supporting small and medium-sized high-technology enterprises. CRC support to SMEs in the broadcast industry improved Canada's digital radio and television broadcasting systems. By providing SMEs with support and access to research facilities, Industry Canada facilitates the successful commercialization of their products and services.

Increased development and application of eco-efficient practices and technologies in Canada

Environmental technologies are a dynamic and high-growth area in today's global economy, as they reduce environmental risk, increase cost-effectiveness, improve process efficiency, and create products and services that improve environmental performance. However, Canadian organizations continue to lag behind their international competitors in R&D and in adopting eco-efficient practices and environmental technologies. Industry Canada is working with its partners to encourage the development and diffusion of these technologies in Canadian industry.

The Department's efforts in promoting eco-efficiency and sustainable development in 2001–02 included delivering national workshops, launching on-line tools, and holding consultations with government, industry and academia.

Promoting Eco-Efficiency

In 2001–02, Industry Canada promoted eco-efficiency by:

- launching a new eco-efficiency Web site (**strategis.gc.ca/e2**) and delivering two on-line eco-efficiency assessment tools — Three Steps to Eco-efficiency for manufacturers, and an introduction to eco-efficiency;
- developing a partnership arrangement and initial Web content for Building Sustainable Enterprises — regional eco-efficiency workshops for business in partnership with the National Roundtable on the Environment and Economy, NRCan, Environment Canada, regional agency and industry partners;
- supporting new Networks of Centres of Excellence, including the Automobile of the 21st Century, to improve powertrains, reduce emissions and improve the safety of the vehicles of the future, particularly for children and elderly persons;
- developing an on-line mechanism that enables companies to register and update their information in the Canadian Environmental Solutions (CES) database. More than 350 companies have provided updates, and about 100 new companies have registered with CES.

Additional information may be found in Appendix A and at **strategis.gc.ca/sd** or **strategis.gc.ca/e2**

An interactive Web site where Canadians are encouraged to share their views on the strategy (**www.innovationstrategy.gc.ca/**) is a valuable tool in gathering feedback, assessing the reach of the strategy and promoting its proposals.

The government is currently engaging Canadians to identify ways we can work together to meet the national goals and objectives outlined in the strategy. This ongoing partnership is working to develop a shared vision and initiatives that will position Canada among the most innovative economies in the world.

In addition, Industry Canada produced reports and papers on productivity and innovation, and developed Internet-based tools and roadmaps to help firms become more innovative.

Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities

Investing in knowledge nurtures and expands Canada's knowledge base. Investments, especially in R&D, often result in high returns, especially in the growth of a skilled work force whose knowledge benefits both the public and private sectors. Despite high growth rates in business-related R&D in the 1990s, the amount of R&D funded and performed by Canadian businesses is still the second lowest among G7 countries. While Canada spends highly on public education, data produced by the OECD show that Canada has relatively few researchers, particularly scientists and engineers, in the labour force. Industry Canada's investment in the knowledge sector is designed to increase Canada's research capabilities and to develop and support the country's knowledge infrastructure.

Industry Canada developed several proposals to strengthen Canada's R&D capacity. Many of these proposals were in *Budget 2001*, including a $200-million payment to universities to help address the indirect costs associated with federally sponsored research, and an increase in funds for the National Research Council Canada's (NRC) regional technology centres program. Other 2001 budget investments were made in the Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC) and the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC). Long-term research investments were also made in Canada's National Research and Innovation Network, CA*net 4.

Industry Canada is currently exploring a number of areas where it might influence and encourage further development such as in commercialization, adapting advanced technologies and biotechnology usage.

Technology Partnerships Canada

During 2001–02, Technology Partnerships Canada (TPC) approved investments of more than $231 million in 106 projects, which are expected to leverage more than $679 million in additional investments. Investments included:

- $29 million in 77 projects through TPC's partnership with NRC's Industrial Research Assistance Program (IRAP) in support of SMEs;
- almost $75 million in six sustainable development-related projects, including photovoltaics, fuel cells and energy-efficient processes; and
- over $6 million in nine aerospace and defence supplier development program related projects.

From the program's inception in March 1996 to March 31, 2002, TPC's cumulative portfolio included projects representing an overall multiyear R&D investment of approximately $10 billion (including $1.9 billion from TPC). These projects are expected to create or maintain more than 36,000 jobs. TPC's active portfolio includes more than $675 million in 365 projects with SMEs. For more information, visit **www.tpc.ic.gc.ca**

Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

If our investments in innovation are to generate a high return, we must seize new opportunities and develop new ideas and processes. However, Canada's efforts at turning research projects into successful commercial endeavours, and adopting new technologies and methods, lag behind our competitors. While many Canadian firms are developing new and improved products for today's global marketplace, the private sector must be more aggressive in expanding its R&D capabilities and in marketing new products and services.

Industry Canada has worked to accelerate the commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations in all sectors of the economy, through investments in research, and policies that support organizations and universities, allowing them to nurture research. Multistakeholder consultative processes responding to the key challenges and opportunities of Canadian industries, called Pathways to Growth, have been held with the environmental and biotechnology sectors. Efforts to enhance the competitiveness of these industries in the 21st century have led to the environmental industry being the first to launch its consultation on-line and to the development of an innovation strategy to address opportunities in the biotechnology sector.

In recognition of the particular difficulties that small and medium-sized enterprises (SMEs) face in bringing their ideas to the market, the Department targets many programs to SMEs to help them overcome financial and managerial obstacles. The Communications Research Centre Canada (CRC) seeks to identify and close innovation gaps in Canada's communications sector by engaging in industry partnerships, building technical intelligence, and supporting small and medium-sized high-technology enterprises. CRC support to SMEs in the broadcast industry improved Canada's digital radio and television broadcasting systems. By providing SMEs with support and access to research facilities, Industry Canada facilitates the successful commercialization of their products and services.

Increased development and application of eco-efficient practices and technologies in Canada

Environmental technologies are a dynamic and high-growth area in today's global economy, as they reduce environmental risk, increase cost-effectiveness, improve process efficiency, and create products and services that improve environmental performance. However, Canadian organizations continue to lag behind their international competitors in R&D and in adopting eco-efficient practices and environmental technologies. Industry Canada is working with its partners to encourage the development and diffusion of these technologies in Canadian industry.

The Department's efforts in promoting eco-efficiency and sustainable development in 2001–02 included delivering national workshops, launching on-line tools, and holding consultations with government, industry and academia.

Promoting Eco-Efficiency

In 2001–02, Industry Canada promoted eco-efficiency by:

- launching a new eco-efficiency Web site (**strategis.gc.ca/e2**) and delivering two on-line eco-efficiency assessment tools — Three Steps to Eco-efficiency for manufacturers, and an introduction to eco-efficiency;
- developing a partnership arrangement and initial Web content for Building Sustainable Enterprises — regional eco-efficiency workshops for business in partnership with the National Roundtable on the Environment and Economy, NRCan, Environment Canada, regional agency and industry partners;
- supporting new Networks of Centres of Excellence, including the Automobile of the 21st Century, to improve powertrains, reduce emissions and improve the safety of the vehicles of the future, particularly for children and elderly persons;
- developing an on-line mechanism that enables companies to register and update their information in the Canadian Environmental Solutions (CES) database. More than 350 companies have provided updates, and about 100 new companies have registered with CES.

Additional information may be found in Appendix A and at **strategis.gc.ca/sd** or **strategis.gc.ca/e2**

Connectedness

Industry Canada is the lead department in the Connecting Canadians initiative (**www.connect.gc.ca**). The Department has made great strides toward its goal of making Canada the most connected country in the world. It has continued to implement activities, programs and policies related to the three pillars of a networked nation: **Infrastructure**, **Use** and **Content**. The success of this goal is dependent on the cooperation of Industry Canada's partners in other government departments, the provinces and the private sector.

Estimated financial resources allocated to make Canada the most connected country in the world during the year 2001–02 were $174.8 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Pillar I: Infrastructure

Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible

Although the basic foundation of connectedness is in place in Canada, the bar continues to move higher. To realize the socio-economic benefits of the Internet revolution, Canada must move with it. All Canadians must be able to access an affordable, world-class information and communications infrastructure.

Broadband infrastructure and access are important components of an innovative economy, and is the foundation on which Canadian companies can build and deliver new applications and services in areas such as health, education and commerce. As stated in *Achieving Excellence*, innovative economies, countries and companies require leading-edge infrastructures to compete in the global marketplace. In 2001–02 Industry Canada made significant progress toward achieving this goal through:

- releasing the National Broadband Task Force report, *The New National Dream: Networking the Nation for Broadband Access*, in July 2001;
- securing $30 million in funding for the Community Access Program (CAP) and $10 million per year for SchoolNet for 2002–03 and 2003–04; and
- allocating $105 million in funds for broadband expansion, as provided for in *Budget 2001*, to be made available starting in the 2002–03 fiscal year.

CA*net 4

Industry Canada and CANARIE Inc., a not-for-profit corporation, announced a $110-million funding agreement to design, develop and operate Canada's national research and innovation network, **CA*net 4**. This network will benefit the society, culture and quality of life of Canadians, while enhancing Canada's opportunities in the global knowledge-based economy. The national research network began a decade ago with **CA*net**, which allowed the simple transfer of e-mail files. Then came **CA*net 2**, which allowed the sharing of Web applications and large files. The turn of the century brought **CA*net 3**, the world's fastest, advanced optical Internet backbone, which enhanced full audiovisual sharing plus collaborative application development in computing and data environments.

CA*net 4 will be a fundamental redesign of the network and will become the world's first customer-empowered research network, providing end-users with the ability to set up and manage their own optical wavelength networks. Empowering network users in a way similar to how the personal computer empowered computer users, this new architecture will let Canadian researchers create high-capacity connections with domestic and international experiments and computing resources to support collaborative, world-class research in areas important to all Canadians, such as health, education and the environment.

Programs for Young Canadians

Youth Employment Strategy (YES) programs have been instrumental in helping Industry Canada meet its mandate by providing young Canadians with the opportunity to become innovators, entrepreneurs, and community leaders, while gaining work experience that will make them competitive in the knowledge-based economy. The following provides a brief summary:

- **Canada's Digital Collections (CDC)** funds Canadian organizations to develop Internet resources and to provide youth with ICT work experience (2,900 youth hired and 450 Web sites showcased). (**collections.ic.gc.ca**)
- The **Community Access Program Youth Initiative (CAP YI)** provides marketable technology-related skills to youth hired in CAP centres throughout Canada (7,000 youth hired since 1996). (**cap.ic.gc.ca**)
- The **Computers for Schools (CFS) Technical Work Experience Program (TWEP)** helps youth gain greater skills and access to computer technology in a learning environment (1,700 youth hired since 1997). (**www.schoolnet.ca/cfs-ope**)
- **Information Highway Science and Entrepreneurship Camps (ISE Camps)** hire high school and post-secondary graduates to develop and operate summer day camps for children, which focus on ICT (600 youth hired since 1997). (**schoolnet.ca/ise**)
- **NetCorps Canada International (NCI)** provides youth with ICT internships in developing countries (770 youth hired since 1999). (**netcorps-cyberjeunes.org**)
- **SchoolNet's Youth Employment Initiative (SchoolNet YI)** engages youth to support the integration and use of ICTs (2,200 youth hired). (**www.schoolnet.ca/yei/e/**)
- **SkillNet.ca** employs youth in the development, delivery and promotion of services for on-line learning and on-line recruitment delivered in collaboration with Industry Canada, NGOs and national associations (300 youth hired). (**skillnet.ca**)
- The **Student Connection Program** hires post-secondary students and recent graduates to provide Internet training and e-commerce assistance to Canadian SMEs and seniors (4,400 students hired and 117,000 clients trained since 1996). (**scp-ebb.com**)

Pillar II: Use

A world-leading environment for electronic commerce

Canada's goal is to be the most connected country in the world, and to provide a world-leading environment for e-commerce and the use of information and communications technologies (ICTs). E-commerce applications and systems are enabling access to new global markets and revenues, lowering transaction and distribution costs, increasing consumer choice, and improving product support and the availability of relevant information. According to Statistics Canada, in 2001, the revenue generated in Canada through e-commerce transactions increased to $10.4 billion, up 43.4 percent from $7.2 billion in 2000.

Industry Canada continued to maintain its leadership position in e-commerce policies for enhancing Canada's capacity to be a global centre of excellence for e-business and a leading innovative economy, while ensuring both the security and privacy protection of personal information.

Canada's Electronic Privacy Protection Legislation

Canada is the first non-European country to be formally recognized by the European Union for its electronic privacy protection legislation. In 2001–02, the European Union, in accordance with its directive on data protection, recognized that personal information on European nationals held by Canadian businesses is adequately protected by Canada's *Personal Information Protection and Electronic Documents Act* (PIPEDA).

Industry Canada successfully led the public consultations and internal approvals on the Government of Canada's approach for the determination of "substantially similar" legislation. The final policy allows organizations located in provinces or territories that have "substantially similar" private sector legislation to be exempt from the PIPEDA for intraprovincial transactions. The policy provides for harmonization of privacy laws and encourages provinces and territories to introduce legislation in their own jurisdictions.

(**strategis.gc.ca/SSG/ca01458e.html**)

Connectedness

Industry Canada is the lead department in the Connecting Canadians initiative (**www.connect.gc.ca**). The Department has made great strides toward its goal of making Canada the most connected country in the world. It has continued to implement activities, programs and policies related to the three pillars of a networked nation: **Infrastructure**, **Use** and **Content**. The success of this goal is dependent on the cooperation of Industry Canada's partners in other government departments, the provinces and the private sector.

Estimated financial resources allocated to make Canada the most connected country in the world during the year 2001–02 were $174.8 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Pillar I: Infrastructure

Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible

Although the basic foundation of connectedness is in place in Canada, the bar continues to move higher. To realize the socio-economic benefits of the Internet revolution, Canada must move with it. All Canadians must be able to access an affordable, world-class information and communications infrastructure.

Broadband infrastructure and access are important components of an innovative economy, and is the foundation on which Canadian companies can build and deliver new applications and services in areas such as health, education and commerce. As stated in *Achieving Excellence*, innovative economies, countries and companies require leading-edge infrastructures to compete in the global marketplace. In 2001–02 Industry Canada made significant progress toward achieving this goal through:

- releasing the National Broadband Task Force report, *The New National Dream: Networking the Nation for Broadband Access*, in July 2001;
- securing $30 million in funding for the Community Access Program (CAP) and $10 million per year for SchoolNet for 2002–03 and 2003–04; and
- allocating $105 million in funds for broadband expansion, as provided for in *Budget 2001*, to be made available starting in the 2002–03 fiscal year.

CA*net 4

Industry Canada and CANARIE Inc., a not-for-profit corporation, announced a $110-million funding agreement to design, develop and operate Canada's national research and innovation network, **CA*net 4**. This network will benefit the society, culture and quality of life of Canadians, while enhancing Canada's opportunities in the global knowledge-based economy. The national research network began a decade ago with **CA*net**, which allowed the simple transfer of e-mail files. Then came **CA*net 2**, which allowed the sharing of Web applications and large files. The turn of the century brought **CA*net 3**, the world's fastest, advanced optical Internet backbone, which enhanced full audiovisual sharing plus collaborative application development in computing and data environments.

CA*net 4 will be a fundamental redesign of the network and will become the world's first customer-empowered research network, providing end-users with the ability to set up and manage their own optical wavelength networks. Empowering network users in a way similar to how the personal computer empowered computer users, this new architecture will let Canadian researchers create high-capacity connections with domestic and international experiments and computing resources to support collaborative, world-class research in areas important to all Canadians, such as health, education and the environment.

Programs for Young Canadians

Youth Employment Strategy (YES) programs have been instrumental in helping Industry Canada meet its mandate by providing young Canadians with the opportunity to become innovators, entrepreneurs, and community leaders, while gaining work experience that will make them competitive in the knowledge-based economy. The following provides a brief summary:

- **Canada's Digital Collections (CDC)** funds Canadian organizations to develop Internet resources and to provide youth with ICT work experience (2,900 youth hired and 450 Web sites showcased). (**collections.ic.gc.ca**)
- The **Community Access Program Youth Initiative (CAP YI)** provides marketable technology-related skills to youth hired in CAP centres throughout Canada (7,000 youth hired since 1996). (**cap.ic.gc.ca**)
- The **Computers for Schools (CFS) Technical Work Experience Program (TWEP)** helps youth gain greater skills and access to computer technology in a learning environment (1,700 youth hired since 1997). (**www.schoolnet.ca/cfs-ope**)
- **Information Highway Science and Entrepreneurship Camps (ISE Camps)** hire high school and post-secondary graduates to develop and operate summer day camps for children, which focus on ICT (600 youth hired since 1997). (**schoolnet.ca/ise**)
- **NetCorps Canada International (NCI)** provides youth with ICT internships in developing countries (770 youth hired since 1999). (**netcorps-cyberjeunes.org**)
- **SchoolNet's Youth Employment Initiative (SchoolNet YI)** engages youth to support the integration and use of ICTs (2,200 youth hired). (**www.schoolnet.ca/yei/e/**)
- **SkillNet.ca** employs youth in the development, delivery and promotion of services for on-line learning and on-line recruitment delivered in collaboration with Industry Canada, NGOs and national associations (300 youth hired). (**skillnet.ca**)
- The **Student Connection Program** hires post-secondary students and recent graduates to provide Internet training and e-commerce assistance to Canadian SMEs and seniors (4,400 students hired and 117,000 clients trained since 1996). (**scp-ebb.com**)

Pillar II: Use

A world-leading environment for electronic commerce

Canada's goal is to be the most connected country in the world, and to provide a world-leading environment for e-commerce and the use of information and communications technologies (ICTs). E-commerce applications and systems are enabling access to new global markets and revenues, lowering transaction and distribution costs, increasing consumer choice, and improving product support and the availability of relevant information. According to Statistics Canada, in 2001, the revenue generated in Canada through e-commerce transactions increased to $10.4 billion, up 43.4 percent from $7.2 billion in 2000.

Industry Canada continued to maintain its leadership position in e-commerce policies for enhancing Canada's capacity to be a global centre of excellence for e-business and a leading innovative economy, while ensuring both the security and privacy protection of personal information.

Canada's Electronic Privacy Protection Legislation

Canada is the first non-European country to be formally recognized by the European Union for its electronic privacy protection legislation. In 2001–02, the European Union, in accordance with its directive on data protection, recognized that personal information on European nationals held by Canadian businesses is adequately protected by Canada's *Personal Information Protection and Electronic Documents Act* (PIPEDA).

Industry Canada successfully led the public consultations and internal approvals on the Government of Canada's approach for the determination of "substantially similar" legislation. The final policy allows organizations located in provinces or territories that have "substantially similar" private sector legislation to be exempt from the PIPEDA for intraprovincial transactions. The policy provides for harmonization of privacy laws and encourages provinces and territories to introduce legislation in their own jurisdictions.

(**strategis.gc.ca/SSG/ca01458e.html**)

Reaping the Rewards of E-Business

In June 2001, Industry Canada launched two new e-business services, ebiz.enable and SourceCAN, demonstrating how the Government of Canada is delivering on its Government On-Line promises with innovative products developed with the private sector.

Serving an average of 4500 clients per month, Ebiz.enable is a public/private portal designed to increase SME e-business readiness by providing answers and solutions relevant to success in the global on-line environment. Last year, an emphasis was placed on enriching French-language components and identifying employee needs and concerns. In partnership with nine provinces and several economic development agencies, presentations on electronic business strategies were delivered to municipalities and SMEs. (**www.strategis.gc.ca/ebizenable**)

SourceCAN is Canada's public- and private-sector e-marketplace, connecting Canadian businesses and their capabilities with the domestic and global e-marketplace, and exposing opportunities through local and international business partnerships. International tender opportunities channelled through this initiative resulted in an excess of $100 million in export sales for Canadian companies as of April 2002. SourceCAN is an entry point to the globalized e-marketplace for business of any size. It offers thousands of business opportunities daily, virtual trade shows, e-catalogues and advanced Web-based tools that support supply chain management, procurement and logistics. (**www.sourcecan.com**)

Pillar III: Content

Canadian digital content and applications on-line maximized

With the electronic infrastructure for the new economy in place, Canadians, regardless of location, will have access to improved products and services in areas such as health and education. Canadian companies will continue to benefit from the opportunity to develop, deploy and test the delivery of new, innovative applications and services over a network. Internet users will continue to have easily accessible and reliable access to seek information, services and products.

Industry Canada has continued to foster the development of Canadian-made, innovative on-line applications and services. It is imperative that we have an abundance of Canadian content in all areas of the economy and society, including culture, commerce, science, education and government.

Strategis Evaluation Study

Industry Canada's flagship Web site, Strategis, continues to be a highly relevant site, according to a recent survey. The site generates about 30,000 visits per day (9 million per year). Of those surveyed, 31 percent visited daily or several times per week and 29 percent strongly agreed that Strategis is an important business tool. Strategis has earned a high "trust mark" and the information and services offered are highly respected.

However, the study also found that Strategis is not the unique service it once was. Today, similar products are available at other sites and there is an internal perception of overlap between Strategis and other Web sites.

The Department has accepted the survey findings, and some operational issues are currently being addressed. During the next few months, teams led by assistant deputy ministers will be addressing the critical strategic issues in preparation for a formal departmental response to the study. (**strategis.gc.ca/engdoc/main.html**)

Reaping the Rewards of E-Business

In June 2001, Industry Canada launched two new e-business services, ebiz.enable and SourceCAN, demonstrating how the Government of Canada is delivering on its Government On-Line promises with innovative products developed with the private sector.

Serving an average of 4500 clients per month, Ebiz.enable is a public/private portal designed to increase SME e-business readiness by providing answers and solutions relevant to success in the global on-line environment. Last year, an emphasis was placed on enriching French-language components and identifying employee needs and concerns. In partnership with nine provinces and several economic development agencies, presentations on electronic business strategies were delivered to municipalities and SMEs. (**www.strategis.gc.ca/ebizenable**)

SourceCAN is Canada's public- and private-sector e-marketplace, connecting Canadian businesses and their capabilities with the domestic and global e-marketplace, and exposing opportunities through local and international business partnerships. International tender opportunities channelled through this initiative resulted in an excess of $100 million in export sales for Canadian companies as of April 2002. SourceCAN is an entry point to the globalized e-marketplace for business of any size. It offers thousands of business opportunities daily, virtual trade shows, e-catalogues and advanced Web-based tools that support supply chain management, procurement and logistics. (**www.sourcecan.com**)

Pillar III: Content

Canadian digital content and applications on-line maximized

With the electronic infrastructure for the new economy in place, Canadians, regardless of location, will have access to improved products and services in areas such as health and education. Canadian companies will continue to benefit from the opportunity to develop, deploy and test the delivery of new, innovative applications and services over a network. Internet users will continue to have easily accessible and reliable access to seek information, services and products.

Industry Canada has continued to foster the development of Canadian-made, innovative on-line applications and services. It is imperative that we have an abundance of Canadian content in all areas of the economy and society, including culture, commerce, science, education and government.

Strategis Evaluation Study

Industry Canada's flagship Web site, Strategis, continues to be a highly relevant site, according to a recent survey. The site generates about 30,000 visits per day (9 million per year). Of those surveyed, 31 percent visited daily or several times per week and 29 percent strongly agreed that Strategis is an important business tool. Strategis has earned a high "trust mark" and the information and services offered are highly respected.

However, the study also found that Strategis is not the unique service it once was. Today, similar products are available at other sites and there is an internal perception of overlap between Strategis and other Web sites.

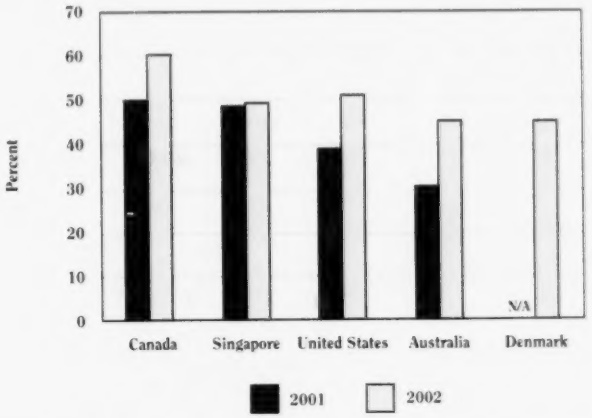
The Department has accepted the survey findings, and some operational issues are currently being addressed. During the next few months, teams led by assistant deputy ministers will be addressing the critical strategic issues in preparation for a formal departmental response to the study. (**strategis.gc.ca/engdoc/main.html**)

Expanded on-line delivery of key government services and information in an integrated way to businesses and consumers

The federal government is committed to using ICTs to improve services to Canadians through the Government On-Line Initiative (GOL). Industry Canada set an accelerated goal of placing all key products and services on-line by the end of 2003, two full years ahead of the government's target.

Canada continued its international lead in the area of e-government. In a recent study conducted by Accenture (**www.accenture.com**), Canada ranked first for the second consecutive year in providing electronic access to all federal government programs and services.

Figure 5: Overall Maturity*



* Overall Maturity is a measure of the sophistication of on-line services: the extent to which governments are incorporating techniques such as consumer relationship management, intentions-based design portal models in their online delivery.

Source: Accenture, *E-government Leadership-Realizing the vision*, April 2002.

MARKETPLACE

Industry Canada's marketplace service organizations (MSOs) are proactively modernizing the rules of the marketplace, services to clients, and the tools used to detect, prevent and deter fraudulent, unfair and deceptive behaviour.

To ensure that the Canadian marketplace — the foundation for trade, investment and innovation — remains dynamic, MSOs are addressing areas for change by engaging key target communities, including Canadian consumers and other domestic and international groups. MSOs are involved in increasing mobile wireless services through increased spectrum, stopping telemarketing fraud, assessing the effectiveness of the country's patent regime, especially for the pharmaceutical and biotechnology sectors, and providing consumers with the tools to increase their confidence in on-line purchasing.

Marketplace Service Organizations

Canadian Intellectual Property Office
Competition Bureau
Corporations Directorate
Marketplace Framework Policy Branch
Measurement Canada
Office of Consumer Affairs
Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada
Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector

Estimated financial resources allocated to build a fair, efficient and competitive marketplace during the year 2001–02 were $120.8 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class

For the marketplace to be responsive, to attract investment, and to protect consumers, marketplace frameworks must minimize the regulatory burden, and create incentives to innovate and discourage illegal and fraudulent marketplace behaviour. *Canada's Innovation Strategy* states that frameworks must be considered world-class from consumer, business and investor perspectives, and be seen as responsive to the changing environment.

Bill S-11, an Act to amend the *Canada Business Corporations Act and Canada Co-operatives Act*, came into force in November 2001. The Act paves the way for major improvements to corporate governance principles, including an expansion of shareholder rights and clarification of directors' and officers' responsibilities, while improving the ability of federal corporations and co-operatives to compete in the marketplace.

A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures

Deregulation in areas such as the energy sector, along with growth in demand and expansion in sectors where measurement occurs, and the proliferation of information and business activity on the Internet, require the continual review and improvement of practices, knowledge, services and interventions by MSOs. Setting the rules of the marketplace is not enough. Through partnerships and consultation, the Department ensures compliance with marketplace rules through a broad continuum of activities, including education to increase awareness, active support for voluntary compliance, the promotion of behavioural change and responsible practices, and, when appropriate, the use of direct enforcement to stop and prevent anticompetitive, fraudulent, unfair and deceptive behaviour, as evidenced by the duties performed by the Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada (OSB) and the Competition Bureau.

MARKETPLACE

Industry Canada's marketplace service organizations (MSOs) are proactively modernizing the rules of the marketplace, services to clients, and the tools used to detect, prevent and deter fraudulent, unfair and deceptive behaviour.

To ensure that the Canadian marketplace — the foundation for trade, investment and innovation — remains dynamic, MSOs are addressing areas for change by engaging key target communities, including Canadian consumers and other domestic and international groups. MSOs are involved in increasing mobile wireless services through increased spectrum, stopping telemarketing fraud, assessing the effectiveness of the country's patent regime, especially for the pharmaceutical and biotechnology sectors, and providing consumers with the tools to increase their confidence in on-line purchasing.

Marketplace Service Organizations

Canadian Intellectual Property Office
Competition Bureau
Corporations Directorate
Marketplace Framework Policy Branch
Measurement Canada
Office of Consumer Affairs
Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada
Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector

Estimated financial resources allocated to build a fair, efficient and competitive marketplace during the year 2001–02 were $120.8 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class

For the marketplace to be responsive, to attract investment, and to protect consumers, marketplace frameworks must minimize the regulatory burden, and create incentives to innovate and discourage illegal and fraudulent marketplace behaviour. *Canada's Innovation Strategy* states that frameworks must be considered world-class from consumer, business and investor perspectives, and be seen as responsive to the changing environment.

Bill S-11, an Act to amend the *Canada Business Corporations Act and Canada Co-operatives Act*, came into force in November 2001. The Act paves the way for major improvements to corporate governance principles, including an expansion of shareholder rights and clarification of directors' and officers' responsibilities, while improving the ability of federal corporations and co-operatives to compete in the marketplace.

A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures

Deregulation in areas such as the energy sector, along with growth in demand and expansion in sectors where measurement occurs, and the proliferation of information and business activity on the Internet, require the continual review and improvement of practices, knowledge, services and interventions by MSOs. Setting the rules of the marketplace is not enough. Through partnerships and consultation, the Department ensures compliance with marketplace rules through a broad continuum of activities, including education to increase awareness, active support for voluntary compliance, the promotion of behavioural change and responsible practices, and, when appropriate, the use of direct enforcement to stop and prevent anticompetitive, fraudulent, unfair and deceptive behaviour, as evidenced by the duties performed by the Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada (OSB) and the Competition Bureau.

In 2001, the OSB registered and supervised 105,853 new insolvencies (a 6-percent increase over 2000 figures) and supervised the closing of 90,517 insolvencies, resulting in $284.5 million in dividends being paid to creditors (a 31-percent increase over 2000). In response to clients' concerns about the perceived level of debtor compliance and trustee diligence in realizing assets, the OSB has started assessing alternative civil and criminal intervention programs, keeping in mind the events of September 11, 2001, and decreased access to RCMP resources.

In October 2001, a Competition Bureau investigation led to the conviction of a large international company for price fixing in the sale of sodium erythorbate, a food preservative used to maintain flavour and colour in meat and other processed foods sold in grocery stores. The company paid a $1.5-million fine.

Fines obtained since 1998 from criminal anticompetitive activity total $160.6 million. This criminal activity, which involved price fixing, bid rigging and price maintenance, has had a significant impact on Canadian consumers. The volume of commerce affected by these schemes exceeded $800 million, with 95 percent affected by international price-fixing cartels targeting Canada and other countries.

The Competition Bureau filed a consent order with the Competition Tribunal against the marketing practices of three parties for promoting an electronic anticorrosion device known as Total Protection. The device was subsequently removed from the market, as it did not perform as claimed. The parties agreed to cease marketing the device and to offer an extended anticorrosion guarantee, whereby affected consumers would be given the choice, by letter, to receive either a complete eight-year insurance policy or a refund. The total value to consumers was about $500,000.

Confidence in the marketplace

Confidence in the marketplace is essential in attracting investment, fostering innovation and providing a climate in which consumers are well informed. With the speed of technological change, businesses, innovators and consumers must have access to state-of-the-art, user-friendly tools and information in order to thrive in the knowledge-based economy. For example, the Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector (SITT) launched the *Canadian Cyberwise Strategy to Promote Safe, Wise and Responsible Internet Use* in February 2001. The strategy is accessible on-line (**www.connect.gc.ca/cyberwise/**) and is available in hard copy free of charge. In 2001, the Cyberwise Web site received 19,806 visitors. Furthermore, the booklet and summary pamphlet *Illegal and Offensive Content on the Internet* are among Industry Canada's most requested publications. In less than a year, Industry Canada had to reprint 50,000 copies of the full document and 200,000 copies of the summary pamphlet.

For Canada to continue to be a leader in the global economy, inventors need ready access to international patent information, consumers need information on product safety, and debtors and creditors need to know that the bankruptcy system is fair and effective. The Canadian Consumer Information Gateway is Canada's most extensive source of interjurisdictional consumer information available on the Internet (**consumerinformation.ca**). The enhanced Gateway provides access to reliable consumer information from more than 35 national and 70 non-government partners, 40 existing federal government departments and more than 250 provincial and territorial ministries and agencies.

A major addition to the Gateway is the Complaint Courier, a powerful on-line tool offering a fast new way for consumers to navigate the complaint process. Complaint-handling functions are scattered across a number of organizations and different levels of government, making the process of registering a complaint difficult. The Complaint Courier is a convenient way to pursue a complaint. It includes an assessment tool, an outline guide to consumers' rights and responsibilities, and a "writing wizard" that helps consumers formulate an effective complaint letter. In the areas of travel, financial services and collection agencies, the Courier also provides a standardized complaint form that is channelled to the appropriate complaint-handling agency. The Complaint Courier also provides sound advice on available alternative dispute resolution mechanisms, and small claims court.

Canadian Intellectual Property Office

In 2001–02, the CIPO Web site completed a major redesign to improve navigation, facilitate ease of use and to respond to exponential growth in usage. During the year the site recorded more than 390,000 visits including those of intellectual property professionals who made 650,000 searches on the improved Canadian Patent Database, a ten-fold increase over the previous two and one-half years, and 963,000 searches on the Trade-marks Database, a twenty-fold increase over the same period. (**www.cipo.gc.ca**)

An Example of Performance Management

MSOs have taken a strategic approach to assessing the marketplace. They have established a governance structure for the marketplace strategic objective, and a systematic process for performance management and reporting performance information that spans the entire spectrum of their programs, and have integrated periodic evaluations into the measurement process. With this approach, and the participation of consumers and businesses in marketplace modernization initiatives, Canadians will continue to enjoy a marketplace that inspires confidence, and one in which businesses can benefit from the potential of technology, innovation and competition.

Figure 6 on page 21, shows an example of a strategy map used by the Competition Bureau for contributing to key results commitments for the marketplace strategic objective. The map identifies the issue to be addressed, the activities pursued by the Competition Bureau and its partners in combatting telemarketing scams, and any results achieved (immediate and intermediate outcomes). Note that, as one goes higher on the chart, the outcomes are increasingly difficult to achieve and are less directly attributable to the activities of Industry Canada.

Figure 6

Issue to be Addressed
Total annual losses borne by Canadian consumers and businesses from all forms of telemarketing scams are estimated at $4 billion.

REACH

Canadian and international communities

KEY RESULT COMMITMENTS (END OUTCOMES) FOR MARKETPLACE

Growing a Dynamic Economy

- A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class.
- A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures.
- Confidence in the marketplace.

Target sectors/ communities

Partners/ co-deliverers/ stakeholders

RESULTS (IMMEDIATE AND INTERMEDIATE OUTCOMES)

Adoption (Practice Changes/Actions)

- Five telemarketing cases conducted over the past three years resulted in net savings to consumers of about $9 million, balanced against investigative costs of about $800,000.
- Charges have been laid against 12 companies and 46 individuals over the past three years.
- Companies usually cease their illegal practices when their premises are searched in the course of an investigation.

Ability (Capacity, Knowledge, Skills)

- Increased awareness by consumers leads to a decrease in vulnerability and victimization and a consequent decrease in complaints to PhoneBusters and the Competition Bureau.
- Convictions involving large volumes of commerce, fines and numbers of affected raise the general deterrent effect.

Awareness (Participation/ Engagement)

- Increase in complaints as a result of information campaign.
- Whistleblowers coming forward to provide information on deceptive telemarketing by their employers.

Support Climate

- Ontario Provincial Police, Montréal Urban Community Police Service and PhoneBusters work as partners in developing intelligence, detecting "boiler rooms" in Canada and supporting investigations.
- RCMP can provide support in conducting wiretaps.

Competition Bureau, Industry Canada

ACTIVITIES AND OUTPUTS

- *Competition Act* amendments proclaimed in 1999 made deceptive telemarketing a criminal offence with a maximum penalty of five years in prison and a fine amount set at the discretion of the court.
- Amendments included protecting persons providing information to the Competition Bureau (whistleblowers) from disciplinary action by their employers.
- Amendments also included judicially authorized interception, without consent, of private communications (wiretapping) to combat serious cases of deceptive telemarketing.
- A communications campaign has been developed targeting seniors, the main telemarketing victims ("Stop Phone Fraud — It's a Trap").

A major addition to the Gateway is the Complaint Courier, a powerful on-line tool offering a fast new way for consumers to navigate the complaint process. Complaint-handling functions are scattered across a number of organizations and different levels of government, making the process of registering a complaint difficult. The Complaint Courier is a convenient way to pursue a complaint. It includes an assessment tool, an outline guide to consumers' rights and responsibilities, and a "writing wizard" that helps consumers formulate an effective complaint letter. In the areas of travel, financial services and collection agencies, the Courier also provides a standardized complaint form that is channelled to the appropriate complaint-handling agency. The Complaint Courier also provides sound advice on available alternative dispute resolution mechanisms, and small claims court.

Canadian Intellectual Property Office

In 2001–02, the CIPO Web site completed a major redesign to improve navigation, facilitate ease of use and to respond to exponential growth in usage. During the year the site recorded more than 390,000 visits including those of intellectual property professionals who made 650,000 searches on the improved Canadian Patent Database, a ten-fold increase over the previous two and one-half years, and 963,000 searches on the Trade-marks Database, a twenty-fold increase over the same period. (**www.cipo.gc.ca**)

An Example of Performance Management

MSOs have taken a strategic approach to assessing the marketplace. They have established a governance structure for the marketplace strategic objective, and a systematic process for performance management and reporting performance information that spans the entire spectrum of their programs, and have integrated periodic evaluations into the measurement process. With this approach, and the participation of consumers and businesses in marketplace modernization initiatives, Canadians will continue to enjoy a marketplace that inspires confidence, and one in which businesses can benefit from the potential of technology, innovation and competition.

Figure 6 on page 21, shows an example of a strategy map used by the Competition Bureau for contributing to key results commitments for the marketplace strategic objective. The map identifies the issue to be addressed, the activities pursued by the Competition Bureau and its partners in combatting telemarketing scams, and any results achieved (immediate and intermediate outcomes). Note that, as one goes higher on the chart, the outcomes are increasingly difficult to achieve and are less directly attributable to the activities of Industry Canada.

Figure 6

Issue to be Addressed
Total annual losses borne by Canadian consumers and businesses from all forms of telemarketing scams are estimated at $4 billion.

REACH

Canadian and international communities

KEY RESULT COMMITMENTS (END OUTCOMES) FOR MARKETPLACE

Growing a Dynamic Economy

- A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class.
- A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures.
- Confidence in the marketplace.

Target sectors/ communities

Partners/ co-deliverers/ stakeholders

RESULTS (IMMEDIATE AND INTERMEDIATE OUTCOMES)

Adoption (Practice Changes/Actions)

- Five telemarketing cases conducted over the past three years resulted in net savings to consumers of about $9 million, balanced against investigative costs of about $800,000.
- Charges have been laid against 12 companies and 46 individuals over the past three years.
- Companies usually cease their illegal practices when their premises are searched in the course of an investigation.

Ability (Capacity, Knowledge, Skills)

- Increased awareness by consumers leads to a decrease in vulnerability and victimization and a consequent decrease in complaints to PhoneBusters and the Competition Bureau.
- Convictions involving large volumes of commerce, fines and numbers of affected raise the general deterrent effect.

Awareness (Participation/ Engagement)

- Increase in complaints as a result of information campaign.
- Whistleblowers coming forward to provide information on deceptive telemarketing by their employers.

Support Climate

- Ontario Provincial Police, Montréal Urban Community Police Service and PhoneBusters work as partners in developing intelligence, detecting "boiler rooms" in Canada and supporting investigations.
- RCMP can provide support in conducting wiretaps.

Competition Bureau, Industry Canada

ACTIVITIES AND OUTPUTS

- *Competition Act* amendments proclaimed in 1999 made deceptive telemarketing a criminal offence with a maximum penalty of five years in prison and a fine amount set at the discretion of the court.
- Amendments included protecting persons providing information to the Competition Bureau (whistleblowers) from disciplinary action by their employers.
- Amendments also included judicially authorized interception, without consent, of private communications (wiretapping) to combat serious cases of deceptive telemarketing.
- A communications campaign has been developed targeting seniors, the main telemarketing victims ("Stop Phone Fraud — It's a Trap").

Investment

In supporting the federal investment strategy, Industry Canada has been working with federal partners, including Investment Partnerships Canada (IPC) — a joint organization of Industry Canada and the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) — as well as with provincial and territorial governments and agencies, and the private sector. Industry Canada's accomplishments have contributed to the development and implementation of specific initiatives related to investment policy, branding, attracting investment in priority markets and sectors, and encouraging investment by SMEs and Aboriginal businesses.

Estimated financial resources allocated to improve Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment during the year 2001–02 were $366.6 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Improved domestic and international investment climate

Canada needs to provide a competitive business environment to attract investments worldwide. One of the challenges has been to gain a better understanding of key impediments (both real and perceived) to foreign and domestic investment in Canada. In addressing regulatory impediments, any changes made must not compromise the public interest served by those regulations, particularly in the areas of public safety and security. Other impediments can be addressed through relatively easy changes to existing regulations. In 2001–02 for example, in response to concerns raised by investors, Industry Canada worked to change the 2001 *Immigration and Refugee Protection Act*, expanding the program and making it part of Canada's immigration regime. The Department worked on this with IPC, Citizenship and Immigration Canada (CIC) and HRDC. Industry Canada also worked with other partners, including such regulators as Environment Canada and the U.S. Environmental Protection Agency, to address issues such as new substances notifications and harmonizing regulations related to chemicals.

Stronger and more strategic partnerships are needed in dealing with the investment climate. A good illustration comes from the Atlantic Canada oil and gas industry. The Department's strengthened relationships with the National Ocean Industries Association, the Offshore Technology Association of Nova Scotia and the Atlantic Canada Opportunities Agency, among other partners, all work toward increasing complementary investment and the potential for Canadian value-added activities in the development of offshore opportunities. This cooperation has been part of Industry Canada's investment strategy for the offshore oil and gas sector.

Investment Priority Sectors

By identifying and targeting priority sectors for investment, Industry Canada and its partners have been able to develop sector-specific marketing and communication strategies, including tailoring the Think Canada presentation and developing a Web-based information toolkit.

These strategies were implemented in Team Canada missions and at events such as the World Economic Forum and Forbes in Canada. In addition, to enhance the development of policies and investment decision making, a strategic framework was developed to review investment priorities, sectors and geographic markets. There were 15 IPC-led roundtables held in 2001–02 where investment action plans were established for 10 priority markets.

Industry Canada's investment priority sectors are:

- information and communications technologies (ICTs);
- life sciences;
- aerospace and defence;
- automotive industries;
- energy technologies; and
- chemicals.

Agriculture and Agri-Food Canada and Natural Resources Canada are key sectoral partners. (**www.investincanada.gc.ca**)

Additionally, the Department and IPC worked closely with DFAIT, the Canada Customs and Revenue Agency, CIC, Transport Canada and provincial partners to ensure that the strategy to address the situation at the border in the post-September 11, 2001, environment did not negatively impact Canada's image as an investment location.

Canada branded and recognized as an investment location of choice

In *Achieving Excellence*, the government reinforced the importance of branding Canada as an investment location of choice. Research shows there is a lack of business awareness and consideration of Canada as a preferred investment destination. To address this challenge, Industry Canada has worked in collaboration with IPC on a government-wide branding campaign. The basic objective of the campaign was to further enhance Canada's visibility, and to better market the advantages of Canadian businesses and investing in Canada. To ensure that the campaign continued to address the key issues around branding Canada, a number of surveys were conducted to gauge investor perceptions and identify factors that would have an impact on the effectiveness of the investment policy. These included surveys in the United States in the context of branding pilot projects, additional surveys of companies or individuals proposing potential investment sites and broader groups of investors, as well as media analyses.

Comparing Business Costs

Industry Canada promoted the results of the recently released KPMG study comparing business costs in North America, Europe and Japan. The study found Canada to be the most economical location for business start-ups and operations in 2002, representing a 14.5-percent cost advantage over the United States. At various national and international events, the Department demonstrated Canada's attractiveness as an investment destination of choice. Industry Canada also used the results to strengthen its investment promotion activities to continue to attract and retain foreign and domestic investment. The Prime Minister and federal ministers also played key roles as branding ambassadors at various Team Canada missions, KPMG campaigns, and at the World Economic Forum in New York City. (**www.competitivealternatives.com**)

An important aspect of increasing FDI is identifying industrial sectors in which Canada is competitive as an investment site and that offer the greatest potential for economic benefits. Industry Canada worked to increase awareness of Canada in a number of priority sectors (**www.investincanada.gc.ca**). To illustrate, the Prairies were promoted as an ICT investment destination. In September 2001, 200 venture capitalists attended the Banff Venture Forum, while a delegation of Finland's wireless leaders met in Calgary to discuss the future of wireless telecommunications and its impact on opportunities in the Alberta and Canadian economies. In Manitoba, the ongoing Project M initiative held several conferences to facilitate business among more than 350 ICT leaders from the province and Minnesota.

Another initiative to brand Canada was a senior-level, multisectoral visit to Japan. This successful tour featured several individual company visits in a number of sectors, including aerospace. It also resulted in a high-level Japanese aerospace symposium being held in Canada.

Increased attraction and retention of multinational investment in Canada

Industry Canada, with IPC and other partners, continued to use targeted investment campaigns to attract new investment and retain and expand current investment in Canada. Departmental efforts were focussed on investment opportunities in priority sectors and targeted markets and included the following.

- Twelve outgoing investment promotion campaigns led by federal deputy ministers were organized and conducted in priority markets, with 70 corporate calls made during the campaigns. In cooperation with Canadian embassies abroad, Industry Canada coordinated support services for the investment needs of targeted multinationals in Canada and overseas.

Investment

In supporting the federal investment strategy, Industry Canada has been working with federal partners, including Investment Partnerships Canada (IPC) — a joint organization of Industry Canada and the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) — as well as with provincial and territorial governments and agencies, and the private sector. Industry Canada's accomplishments have contributed to the development and implementation of specific initiatives related to investment policy, branding, attracting investment in priority markets and sectors, and encouraging investment by SMEs and Aboriginal businesses.

Estimated financial resources allocated to improve Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment during the year 2001–02 were $366.6 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Improved domestic and international investment climate

Canada needs to provide a competitive business environment to attract investments worldwide. One of the challenges has been to gain a better understanding of key impediments (both real and perceived) to foreign and domestic investment in Canada. In addressing regulatory impediments, any changes made must not compromise the public interest served by those regulations, particularly in the areas of public safety and security. Other impediments can be addressed through relatively easy changes to existing regulations. In 2001–02 for example, in response to concerns raised by investors, Industry Canada worked to change the 2001 *Immigration and Refugee Protection Act*, expanding the program and making it part of Canada's immigration regime. The Department worked on this with IPC, Citizenship and Immigration Canada (CIC) and HRDC. Industry Canada also worked with other partners, including such regulators as Environment Canada and the U.S. Environmental Protection Agency, to address issues such as new substances notifications and harmonizing regulations related to chemicals.

Stronger and more strategic partnerships are needed in dealing with the investment climate. A good illustration comes from the Atlantic Canada oil and gas industry. The Department's strengthened relationships with the National Ocean Industries Association, the Offshore Technology Association of Nova Scotia and the Atlantic Canada Opportunities Agency, among other partners, all work toward increasing complementary investment and the potential for Canadian value-added activities in the development of offshore opportunities. This cooperation has been part of Industry Canada's investment strategy for the offshore oil and gas sector.

Investment Priority Sectors

By identifying and targeting priority sectors for investment, Industry Canada and its partners have been able to develop sector-specific marketing and communication strategies, including tailoring the Think Canada presentation and developing a Web-based information toolkit.

These strategies were implemented in Team Canada missions and at events such as the World Economic Forum and Forbes in Canada. In addition, to enhance the development of policies and investment decision making, a strategic framework was developed to review investment priorities, sectors and geographic markets. There were 15 IPC-led roundtables held in 2001–02 where investment action plans were established for 10 priority markets.

Industry Canada's investment priority sectors are:

- information and communications technologies (ICTs);
- life sciences;
- aerospace and defence;
- automotive industries;
- energy technologies; and
- chemicals.

Agriculture and Agri-Food Canada and Natural Resources Canada are key sectoral partners. (**www.investincanada.gc.ca**)

Additionally, the Department and IPC worked closely with DFAIT, the Canada Customs and Revenue Agency, CIC, Transport Canada and provincial partners to ensure that the strategy to address the situation at the border in the post-September 11, 2001, environment did not negatively impact Canada's image as an investment location.

Canada branded and recognized as an investment location of choice

In *Achieving Excellence*, the government reinforced the importance of branding Canada as an investment location of choice. Research shows there is a lack of business awareness and consideration of Canada as a preferred investment destination. To address this challenge, Industry Canada has worked in collaboration with IPC on a government-wide branding campaign. The basic objective of the campaign was to further enhance Canada's visibility, and to better market the advantages of Canadian businesses and investing in Canada. To ensure that the campaign continued to address the key issues around branding Canada, a number of surveys were conducted to gauge investor perceptions and identify factors that would have an impact on the effectiveness of the investment policy. These included surveys in the United States in the context of branding pilot projects, additional surveys of companies or individuals proposing potential investment sites and broader groups of investors, as well as media analyses.

Comparing Business Costs

Industry Canada promoted the results of the recently released KPMG study comparing business costs in North America, Europe and Japan. The study found Canada to be the most economical location for business start-ups and operations in 2002, representing a 14.5-percent cost advantage over the United States. At various national and international events, the Department demonstrated Canada's attractiveness as an investment destination of choice. Industry Canada also used the results to strengthen its investment promotion activities to continue to attract and retain foreign and domestic investment. The Prime Minister and federal ministers also played key roles as branding ambassadors at various Team Canada missions, KPMG campaigns, and at the World Economic Forum in New York City. (**www.competitivealternatives.com**)

An important aspect of increasing FDI is identifying industrial sectors in which Canada is competitive as an investment site and that offer the greatest potential for economic benefits. Industry Canada worked to increase awareness of Canada in a number of priority sectors (**www.investincanada.gc.ca**). To illustrate, the Prairies were promoted as an ICT investment destination. In September 2001, 200 venture capitalists attended the Banff Venture Forum, while a delegation of Finland's wireless leaders met in Calgary to discuss the future of wireless telecommunications and its impact on opportunities in the Alberta and Canadian economies. In Manitoba, the ongoing Project M initiative held several conferences to facilitate business among more than 350 ICT leaders from the province and Minnesota.

Another initiative to brand Canada was a senior-level, multisectoral visit to Japan. This successful tour featured several individual company visits in a number of sectors, including aerospace. It also resulted in a high-level Japanese aerospace symposium being held in Canada.

Increased attraction and retention of multinational investment in Canada

Industry Canada, with IPC and other partners, continued to use targeted investment campaigns to attract new investment and retain and expand current investment in Canada. Departmental efforts were focussed on investment opportunities in priority sectors and targeted markets and included the following.

- Twelve outgoing investment promotion campaigns led by federal deputy ministers were organized and conducted in priority markets, with 70 corporate calls made during the campaigns. In cooperation with Canadian embassies abroad, Industry Canada coordinated support services for the investment needs of targeted multinationals in Canada and overseas.

Due in part to the Deputy Ministers' Investment Champion Campaigns program, some 10 incoming investment missions from France, Singapore, Japan, the United States, the United Kingdom, and Germany were organized and coordinated and more than 700 investment inquiries were received from potential investors throughout the world.

- Active support was provided for the Team Canada missions in 2001–02. This program identified specific priority sectors and target markets in the United States, Japan, the United Kingdom, the Netherlands, France, Italy, Germany and Sweden.

Company Relationship Managers

Industry Canada developed an extensive network of Company Relationship Managers (CRMs) who, through roundtables, speaker series, training courses and networking events, help coordinate and develop core investment messages, contacts and opportunities. The Department also identified a need to develop a cadre of highly trained investment officers, and initiated a training program with investment partners such as Agriculture and Agri-Food Canada, DFAIT, and IPC. This program will be implemented across Canada. A CRM Toolkit to provide a one-stop-shop of information for federal officers involved in investment and trade promotion was also developed and launched.

Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

A key element of the federal investment strategy is to help Canadian SMEs form international investment partnerships that allow for domestic growth. Industry Canada provides timely information, policies and services to Canadian SMEs and targeted groups, including Aboriginal people and rural communities.

Industry Canada supported SMEs and Aboriginal businesses through the development and implementation of the *Canada Small Business Financing Act*, which facilitated access to approximately 11,000 loans, generating an estimated $1.2 billion in investment to modernize, improve or expand these businesses. Working in partnership with community-based organizations in 22 communities across Canada, Industry Canada helped prepare firms to become investor-ready and to find risk capital through the Canada Community Investment Plan. Consequently, in the past four years, nearly $220 million has been invested in more than 340 firms outside of major financial centres. While taxpayers' funds paid part of the cost of the 22 local investment facilitation services, no public funds were used in the investments, which came entirely from private sector investors and financial services firms. Through Ontario Community Futures Development Corporations, Industry Canada provided more than 1,418 Ontario businesses with investment and business counselling services, which, in the first nine months of 2001–02, resulted in 4,280 jobs created or maintained, and $30.1 million in investments leveraged from other sources.

Aboriginal Business Canada (ABC), a branch of Industry Canada, working through seven regional offices and 15 external delivery offices, invested more than $30 million in Aboriginal business start-ups and expansions, leveraging more than $50 million in additional investment. In addition, ABC worked in partnership with the Federal Economic Development Initiative for Northern Ontario (F[illegible]Nor), regional agencies, and Indian and Northern Affairs Canada to deliver the Aboriginal Business Development Initiative. The program improved access to capital funds for Aboriginal businesses, and improved Aboriginal access to other federal programs.

Building 21st Century Infrastructure

Industry Canada is responsible for the implementation of the Canada–Ontario Infrastructure Program, a six-year, $680.7–million federal investment in partnership with Ontario, its local governments and the private sector. The program's purpose is to improve citizens' quality of life by investing in urban and rural municipal infrastructure in Ontario. As its top priority, a minimum of 40 percent of program investment will be devoted to "green" municipal infrastructure, such as improvements to municipal water and wastewater systems. The program also invests in the creation of modern communities, which are key to attracting and retaining knowledge workers and building Canada's economic competitiveness. During 2001–02, the Canada–Ontario Infrastructure Program approved and announced 180 projects, for a total federal government commitment of $125.8 million.

Due in part to the Deputy Ministers' Investment Champion Campaigns program, some 10 incoming investment missions from France, Singapore, Japan, the United States, the United Kingdom, and Germany were organized and coordinated and more than 700 investment inquiries were received from potential investors throughout the world.

- Active support was provided for the Team Canada missions in 2001–02. This program identified specific priority sectors and target markets in the United States, Japan, the United Kingdom, the Netherlands, France, Italy, Germany and Sweden.

Company Relationship Managers

Industry Canada developed an extensive network of Company Relationship Managers (CRMs) who, through roundtables, speaker series, training courses and networking events, help coordinate and develop core investment messages, contacts and opportunities. The Department also identified a need to develop a cadre of highly trained investment officers, and initiated a training program with investment partners such as Agriculture and Agri-Food Canada, DFAIT, and IPC. This program will be implemented across Canada. A CRM Toolkit to provide a one-stop-shop of information for federal officers involved in investment and trade promotion was also developed and launched.

Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

A key element of the federal investment strategy is to help Canadian SMEs form international investment partnerships that allow for domestic growth. Industry Canada provides timely information, policies and services to Canadian SMEs and targeted groups, including Aboriginal people and rural communities.

Industry Canada supported SMEs and Aboriginal businesses through the development and implementation of the *Canada Small Business Financing Act*, which facilitated access to approximately 11,000 loans, generating an estimated $1.2 billion in investment to modernize, improve or expand these businesses. Working in partnership with community-based organizations in 22 communities across Canada, Industry Canada helped prepare firms to become investor-ready and to find risk capital through the Canada Community Investment Plan. Consequently, in the past four years, nearly $220 million has been invested in more than 340 firms outside of major financial centres. While taxpayers' funds paid part of the cost of the 22 local investment facilitation services, no public funds were used in the investments, which came entirely from private sector investors and financial services firms. Through Ontario Community Futures Development Corporations, Industry Canada provided more than 1,418 Ontario businesses with investment and business counselling services, which, in the first nine months of 2001–02, resulted in 4,280 jobs created or maintained, and $30.1 million in investments leveraged from other sources.

Aboriginal Business Canada (ABC), a branch of Industry Canada, working through seven regional offices and 15 external delivery offices, invested more than $30 million in Aboriginal business start-ups and expansions, leveraging more than $50 million in additional investment. In addition, ABC worked in partnership with the Federal Economic Development Initiative for Northern Ontario (FedNor), regional agencies, and Indian and Northern Affairs Canada to deliver the Aboriginal Business Development Initiative. The program improved access to capital funds for Aboriginal businesses, and improved Aboriginal access to other federal programs.

Building 21st Century Infrastructure

Industry Canada is responsible for the implementation of the Canada–Ontario Infrastructure Program, a six-year, $680.7–million federal investment in partnership with Ontario, its local governments and the private sector. The program's purpose is to improve citizens' quality of life by investing in urban and rural municipal infrastructure in Ontario. As its top priority, a minimum of 40 percent of program investment will be devoted to "green" municipal infrastructure, such as improvements to municipal water and wastewater systems. The program also invests in the creation of modern communities, which are key to attracting and retaining knowledge workers and building Canada's economic competitiveness. During 2001–02, the Canada–Ontario Infrastructure Program approved and announced 180 projects, for a total federal government commitment of $125.8 million.

TRADE

Part of Industry Canada's mandate is to assist Canadians in becoming more productive and competitive in today's knowledge-based, global economy. With respect to trade, the Department promotes the benefits of exporting and helps SMEs enhance their abilities to compete at the global level. It also helps established Canadian companies pursue foreign markets and promotes Canada as a supplier of high-quality goods and services. In addition, Industry Canada works with DFAIT to defend and promote Canada's trade interests.

Estimated financial resources allocated to work with Canadians to increase Canada's share of global trade during the year 2001–02 were $31.4 million.

Accomplishments by Key Results Commitment

Secure market access maintained and improved

A predictable and open trading environment is imperative if existing and new Canadian exporters are to be competitive in today's global marketplace. The Government of Canada is committed to bringing down barriers in key markets, ensuring continued efficient access to existing markets, and modernizing shared borders. The process of globalization has resulted in a growing number of government policy areas (traditionally considered "domestic policy" fields) becoming the subject of international discussion, cooperation and negotiation. Industry Canada is an active participant in these discussions and in partnership with DFAIT and the Department of Finance Canada, has pursued an active trade policy agenda.

In November 2001, World Trade Organization (WTO) members launched a new round of multilateral trade negotiations. Canada tabled its initial offer on services in March 2002. China was admitted to the WTO and is now bound by WTO rules that include transparency obligations as well as market access commitments for both goods and services. A draft text of the *Free Trade of the Americas Agreement* has been made publicly available and substantive progress was made in developing a detailed negotiating framework. Analysis and consultation are ongoing, with a view to tabling Canadian requests and offers during the next year. On a sectoral basis, the Department was actively involved in defending Canadian interests related to aircraft and softwood lumber.

With regards to the softwood lumber dispute, the WTO panel ruled in June 2001 that log export restraints do not confer countervailable subsidies. Canada has challenged various elements of U.S. countervail/antidumping determinations under the WTO and Chapter 19 of the North American Free Trade Agreement (NAFTA). Reports are expected in 2002.

Bilateral discussions with Brazil are continuing, with a view to reaching a resolution on aircraft subsidies. In February 2002, Canada announced it will not appeal a WTO panel report on Canadian export financing programs for its regional jets which were put in place to match support provided by Brazil for its Embraer aircraft. Brazil is now seeking, through the WTO arbitral process, an award of damages to compensate for Canada's actions.

Industry Canada plays an important role in negotiating sector-specific Mutual Recognition Agreements (MRAs) or Memoranda of Understanding (MOUs). Such agreements are especially important in the ICT sector. An estimated savings of up to six months in time-to-market and up to $100,000 per year per product type can be achieved for Canadian companies doing business in foreign markets where MRAs exist. The effects of these agreements include dramatic

simplification of the requirements for entry into the European Union, and European Free Trade Association markets and simpler and easier access to markets in the countries of the Americas and the Asia Pacific region. Domestically, the Canadian telecommunications regulatory regime has been simplified and the Canadian regulatory model has been "exported" to various developing country regimes — a clear demonstration of the links between marketplace and trade.

Domestically, Industry Canada works closely with provincial and territorial governments to assist in removing barriers to internal trade. Progress is being made toward the inclusion of an energy chapter within the Agreement on Internal Trade.

Export capability and preparedness

Since 1993, the exporter population has grown by almost 30 percent to 38,000 exporting establishments. As in many economies, a small number of exporters account for the bulk of exports. In Canada, 4.2 percent of exporters account for 83.6 percent of exports. Data from 2000 show that slightly more than 27,000 exporters exported goods and services valued at less than $1 million each. Most of these establishments employ fewer than 50 employees. Many of these SMEs have the potential to become exporters or to export on a regular basis.

For many of these SMEs, it is difficult to find the appropriate information to prepare themselves for the export challenge. They have many basic questions about the mechanics of exporting and getting goods across the border, and many are new to the business world. Industry Canada, especially through the International Trade Centres (ITCs) (**itc.gc.ca**), provides programs and services for new exporters, to increase their awareness of the benefits and mechanics of exporting, and to help them build their capacity to succeed in export markets on an ongoing basis. These SMEs can receive one-on-one export counselling or other market entry support through seminars, workshops or other events. In this fiscal year, ITCs held more than 1,000 events, attracting a total of 27,000 participants. Client surveys showed that 80 percent of participants said they would seek additional information about specific export markets, 64 percent said they would be pursuing specific export markets, and 54 percent said that they would be making adjustments in their approach to exporting.

New tools were developed to meet the information needs of exporters, including a CD-ROM toolkit for exporters used to improve their understanding, preparation and implementation of letters of credit. The initiative received a Public Service Quality Fair award for the way the Ontario ITC sought and incorporated client feedback during the development of this information tool.

International market development

Canada's exports to the United States account for our greatest proportion of goods and services exports by far. Many new exporters look to the United States for their first exporting experience and some Canadian companies choose to target the various regions of the United States rather than pursuing off-shore markets. Canadian exporters are being encouraged to broaden their exporting efforts and about 28 percent of Canadian exporters are active in markets other than the United States. As shown in Figure 7, some

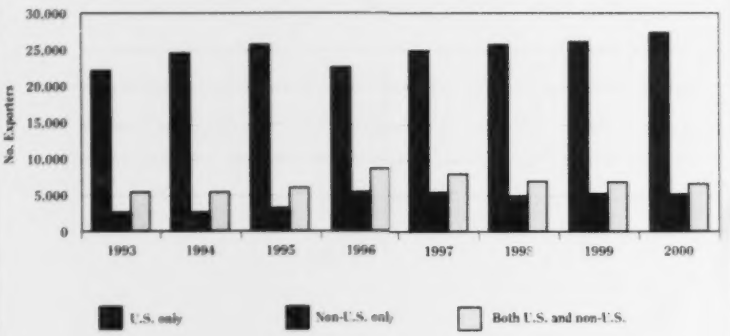
Sustainable Cities Initiative

The Sustainable Cities Initiative (SCI) is a multi-sectoral and multistakeholder team approach to trade development that focusses on the urban challenges faced by cities in developing economies. More than 340 Canadian firms, NGOs and government organizations are participating in the SCI pilot program.

Since 1999, the five pilots — Salvador, Brazil; Qingdao, China; Katowice, Poland; San José, Costa Rica; and Cordoba, Argentina — have led to the identification of $3 billion worth of potential projects that could be implemented over seven years. Of these, $2 billion are already being actively pursued by Canadian firms and organizations — a significant return on the government's investment of about "$1.5 million to date. Areas of cooperation include full-scale sustainable waste management systems, stormwater/sewer master plans/expansions, tourism initiatives, telecommunications, energy management, and urban transportation, among others. (**strategis.gc.ca/SSG/vi00007e.html**)

5,000 exporters exported exclusively to non-U.S. markets. Canadian exporters wanting to increase their export business and diversify their foreign markets need information on these markets in order to make informed business decisions.

Figure 7: Number of Exporters by Destination of Canadian Exports



Source: Statistics Canada, International Trade Division, Exporter Registry.

Industry Canada, working with DFAIT, co-managed Team Canada Inc's International Business Opportunities Centre (IBOC). In 2001–02, IBOC contacted more than 16,000 Canadian companies in an effort to match them with more than 5,300 international leads. This resulted in more than $8 million in sales, and another $5 million in potential future sales.

Canada's exports of non-resource-based products continue to increase and to account for a greater proportion of total exports. Nonetheless, Canada's reputation as a source of high-technology, value-added products needs to be strengthened. Industry Canada supports these Canadian exporters by providing market intelligence, leading trade missions, hosting related events to promote Canadian capabilities, and supporting enhanced Canadian presence at international trade shows.

A more coordinated and cohesive approach to international trade development

Industry Canada continues to be an active part of Team Canada Inc, an extensive network of 23 federal government departments and agencies, in bringing programs and services to the Canadian exporting community in a cooperative manner. In the regions, Industry Canada's ITCs work with all levels of government and other organizations through Regional Trade Networks. These partnerships are key in providing the appropriate mix of products and services to help business clients in their export development initiatives. This partnership was expanded in 2001 when MOUs on international business development were agreed to by both the Northwest Territories and Nunavut.

Trade Team Canada Sectors

Trade Team Canada Sectors (TTCSs) are national public–private partnerships that plan and implement packages of sector-specific trade promotion activities, including trade shows, incoming and outgoing business missions, seminars and matchmaking events, in 11 priority sectors. Trade development initiatives in 2001–02 included BIO, Medica, the Paris Air Show, and the K Show, among others.

Surveys administered at events organized, in whole or in part, by the TTCSs reveal that 90.5 percent of the TTCS clients surveyed were satisfied overall with their participation at these events, especially in relation to meeting company objectives, while 86 percent expected a positive financial impact resulting from their participation.

simplification of the requirements for entry into the European Union, and European Free Trade Association markets and simpler and easier access to markets in the countries of the Americas and the Asia Pacific region. Domestically, the Canadian telecommunications regulatory regime has been simplified and the Canadian regulatory model has been "exported" to various developing country regimes — a clear demonstration of the links between marketplace and trade.

Domestically, Industry Canada works closely with provincial and territorial governments to assist in removing barriers to internal trade. Progress is being made toward the inclusion of an energy chapter within the Agreement on Internal Trade.

Export capability and preparedness

Since 1993, the exporter population has grown by almost 30 percent to 38,000 exporting establishments. As in many economies, a small number of exporters account for the bulk of exports. In Canada, 4.2 percent of exporters account for 83.6 percent of exports. Data from 2000 show that slightly more than 27,000 exporters exported goods and services valued at less than $1 million each. Most of these establishments employ fewer than 50 employees. Many of these SMEs have the potential to become exporters or to export on a regular basis.

For many of these SMEs, it is difficult to find the appropriate information to prepare themselves for the export challenge. They have many basic questions about the mechanics of exporting and getting goods across the border, and many are new to the business world. Industry Canada, especially through the International Trade Centres (ITCs) (**itc.gc.ca**), provides programs and services for new exporters, to increase their awareness of the benefits and mechanics of exporting, and to help them build their capacity to succeed in export markets on an ongoing basis. These SMEs can receive one-on-one export counselling or other market entry support through seminars, workshops or other events. In this fiscal year, ITCs held more than 1,000 events, attracting a total of 27,000 participants. Client surveys showed that 80 percent of participants said they would seek additional information about specific export markets, 64 percent said they would be pursuing specific export markets, and 54 percent said that they would be making adjustments in their approach to exporting.

New tools were developed to meet the information needs of exporters, including a CD-ROM toolkit for exporters used to improve their understanding, preparation and implementation of letters of credit. The initiative received a Public Service Quality Fair award for the way the Ontario ITC sought and incorporated client feedback during the development of this information tool.

International market development

Canada's exports to the United States account for our greatest proportion of goods and services exports by far. Many new exporters look to the United States for their first exporting experience and some Canadian companies choose to target the various regions of the United States rather than pursuing off-shore markets. Canadian exporters are being encouraged to broaden their exporting efforts and about 28 percent of Canadian exporters are active in markets other than the United States. As shown in Figure 7, some

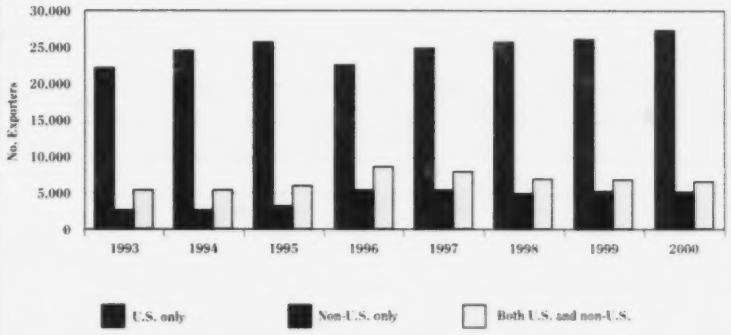
Sustainable Cities Initiative

The Sustainable Cities Initiative (SCI) is a multi-sectoral and multistakeholder team approach to trade development that focusses on the urban challenges faced by cities in developing economies. More than 340 Canadian firms, NGOs and government organizations are participating in the SCI pilot program.

Since 1999, the five pilots — Salvador, Brazil; Qingdao, China; Katowice, Poland; San José, Costa Rica; and Cordoba, Argentina — have led to the identification of $3 billion worth of potential projects that could be implemented over seven years. Of these, $2 billion are already being actively pursued by Canadian firms and organizations — a significant return on the government's investment of about "$1.5 million to date. Areas of cooperation include full-scale sustainable waste management systems, stormwater/sewer master plans/expansions, tourism initiatives, telecommunications, energy management, and urban transportation, among others. **(strategis.gc.ca/SSG/vi00007e.html)**

5,000 exporters exported exclusively to non-U.S. markets. Canadian exporters wanting to increase their export business and diversify their foreign markets need information on these markets in order to make informed business decisions.

Figure 7: Number of Exporters by Destination of Canadian Exports



Source: Statistics Canada, International Trade Division, Exporter Registry.

Industry Canada, working with DFAIT, co-managed Team Canada Inc's International Business Opportunities Centre (IBOC). In 2001–02, IBOC contacted more than 16,000 Canadian companies in an effort to match them with more than 5,300 international leads. This resulted in more than $8 million in sales, and another $5 million in potential future sales.

Canada's exports of non-resource-based products continue to increase and to account for a greater proportion of total exports. Nonetheless, Canada's reputation as a source of high-technology, value-added products needs to be strengthened. Industry Canada supports these Canadian exporters by providing market intelligence, leading trade missions, hosting related events to promote Canadian capabilities, and supporting enhanced Canadian presence at international trade shows.

A more coordinated and cohesive approach to international trade development

Industry Canada continues to be an active part of Team Canada Inc, an extensive network of 23 federal government departments and agencies, in bringing programs and services to the Canadian exporting community in a cooperative manner. In the regions, Industry Canada's ITCs work with all levels of government and other organizations through Regional Trade Networks. These partnerships are key in providing the appropriate mix of products and services to help business clients in their export development initiatives. This partnership was expanded in 2001 when MOUs on international business development were agreed to by both the Northwest Territories and Nunavut.

Trade Team Canada Sectors

Trade Team Canada Sectors (TTCSs) are national public–private partnerships that plan and implement packages of sector-specific trade promotion activities, including trade shows, incoming and outgoing business missions, seminars and matchmaking events, in 11 priority sectors. Trade development initiatives in 2001–02 included BIO, Medica, the Paris Air Show, and the K Show, among others.

Surveys administered at events organized, in whole or in part, by the TTCSs reveal that 90.5 percent of the TTCS clients surveyed were satisfied overall with their participation at these events, especially in relation to meeting company objectives, while 86 percent expected a positive financial impact resulting from their participation.

2.6 Government-Wide Themes and Management Issues

Modernizing Comptrollership

As outlined in *Results for Canadians: A Management Framework for the Government of Canada*, modern comptrollership is one of the key priorities of the federal government's modern management agenda. Industry Canada is actively participating in the implementation of the Modern Comptrollership Initiative (MCI).

Last year, Industry Canada conducted a capacity assessment of its management practices and identified four priority areas for the implementation of the MCI: values and ethics, risk management, performance measurement, and the capacity of the functional specialist, including the role of the modern senior financial officer.

Industry Canada's key accomplishments for 2001–02 outline its progress in fostering modern management practices within the Department:

- A strategic framework is in place and an action plan has been developed to address the Department's four priorities related to implementing the MCI.
- A corporate values and ethics framework has been developed.
- Industry Canada has increased knowledge and improved performance measurement.
- The Department has increased visibility, awareness and communications related to the MCI (through intranet and Internet Web sites).

Government On-Line

The Government On-Line (GOL) initiative is committed to delivering integrated, client-centred services to Canadians by 2005. Industry Canada has set an accelerated GOL target of 2003. During the past year, the Department identified the key services that will be on-line by 2003, and progress was made in advancing on-line transformation.

In Accenture's latest report on e-government leadership, the newly designed Canada site (**www.canada.gc.ca**), with its three portals, was highly praised. Industry Canada contributes to the Canada site by managing the BusinessGateway portal. The latest version of the BusinessGateway, launched in spring 2002, offers business content aligned with all Canadian provinces and territories.

As Industry Canada's program delivery Internet site, Strategis is integral to meeting the GOL commitments. Strategis is also a major business and economic content contributor to the GOL gateways and cluster portals.

The September 11, 2001, terrorist attacks on the United States reinforced the importance of information technology (IT) security. Industry Canada worked to ensure that IT security was and continues to be an integral part of all GOL applications, through measures such as the Government of Canada's Threat-Risk Assessment Policy.

Moving toward providing on-line transaction services requires that institutions address back-office integration, linking and integrating the business processes of business units and corporate systems (such as financial systems) for end-to-end transactions. It also requires building secure platforms and adapting corporate culture to working in an on-line world. With its partners, Industry Canada conducted a business analysis of its departmental systems and opportunities for potential business re-engineering and culture change. From this, it developed a business case for a back-office pilot project involving the electronic processing of trademark revenues. A partnership with Treasury Board Secretariat's Secure Channel initiative offers the potential for this pilot project to yield government-wide benefits.

Citizen-Centred Service Delivery

Results for Canadians promotes the sharpening of the Government of Canada's focus on citizens when designing, delivering, evaluating and reporting on its activities. Using the elements of the Service Improvement Initiative as a guide, Industry Canada has been working toward improving its service to Canadian citizens through a variety of initiatives.

The Department has become a leader in working collaboratively with other departments and agencies, other levels of government, and the private sector to deliver client-focussed services using leading-edge information products and technology, while continuing to give clients a choice of access channels.

The network of Canada Business Service Centres (CBSCs), in collaboration with provinces and territories, continues to provide an integrated access point for information on business programs, services and regulations (**www.cbsc.org/annual_report**). The CBSCs offer toll-free telephone service (1-888-576-4444), a Web site (**www.cbsc.org**), in-person service (13 centres and 380 regional access partners) and an info-fax service. The CBSCs also support a special focus on Aboriginal entrepreneurs through the Aboriginal Business Service Network. The CBSCs encourage the use of Business Gateway resources, contributing well-used Internet tools such as the Interactive Business Planner, the Online Small Business Workshop, and the Business Start-Up Assistant, geared at supporting small business start-up and growth. Consumers are also a focus of Industry Canada, as evidenced by the Canadian Consumer Information Gateway (**consumerinformation.ca**), another GOL initiative, which gives fast and easy access to consumer information provided by the Government of Canada and its partners.

Talk to Us!

This innovative service simultaneously combines the Internet and telephone to collaborate on successful searches for business clients. **Talk to Us!** is now available in all provinces from the Canada Business Service Centres Web site. Yukon will be added in 2002–03. An evaluation has been conducted with positive results from clients who use the service. CBSC business information officers find **Talk to Us!** an excellent way to use the Internet to serve their clients. Other partners (federal and provincial) are looking at enhancing their Web sites by adding the CBSCs' enhanced service to their sites. (**Vweb.cbsc.org/english/forms/na/talktous.jsp**)

Employees working in Industry Canada's five main regional offices and local service points, located in 50 communities (through FedNor, Community Futures Development Corporations and Aboriginal Capital Corporations offices), help to deliver the Department's products and services, and provide an important regional dimension to addressing the unique issues and concerns of the Department's diverse client base.

The Industry Canada Corporations Directorate (ICCD) has successfully launched on-line incorporation and related services that allow clients to apply for incorporation 24 hours a day, seven days a week. After two years of operations, a survey of users of the Electronic Filing Centre (EFC) was conducted in order to evaluate users' level of satisfaction. The results of the survey were used to establish baseline levels of satisfaction. Individual baselines were calculated for various components of the EFC such as the look and feel of the site, the ease of filling out forms, as well as an overall satisfaction baseline. The clients' responses were very high, resulting in an overall satisfaction baseline level of 84 percent. The survey also provided ICCD with guidance on where to focus resources in order to obtain greater benefit to those aspects of the filing centre that will maintain or enhance user satisfaction.

Citizen-Centred Service Delivery

Results for Canadians promotes the sharpening of the Government of Canada's focus on citizens when designing, delivering, evaluating and reporting on its activities. Using the elements of the Service Improvement Initiative as a guide, Industry Canada has been working toward improving its service to Canadian citizens through a variety of initiatives.

The Department has become a leader in working collaboratively with other departments and agencies, other levels of government, and the private sector to deliver client-focussed services using leading-edge information products and technology, while continuing to give clients a choice of access channels.

The network of Canada Business Service Centres (CBSCs), in collaboration with provinces and territories, continues to provide an integrated access point for information on business programs, services and regulations (**www.cbsc.org/annual_report**). The CBSCs offer toll-free telephone service (1-888-576-4444), a Web site (**www.cbsc.org**), in-person service (13 centres and 380 regional access partners) and an info-fax service. The CBSCs also support a special focus on Aboriginal entrepreneurs through the Aboriginal Business Service Network. The CBSCs encourage the use of Business Gateway resources, contributing well-used Internet tools such as the Interactive Business Planner, the Online Small Business Workshop, and the Business Start-Up Assistant, geared at supporting small business start-up and growth. Consumers are also a focus of Industry Canada, as evidenced by the Canadian Consumer Information Gateway (**consumerinformation.ca**), another GOL initiative, which gives fast and easy access to consumer information provided by the Government of Canada and its partners.

Talk to Us!

This innovative service simultaneously combines the Internet and telephone to collaborate on successful searches for business clients. **Talk to Us!** is now available in all provinces from the Canada Business Service Centres Web site. Yukon will be added in 2002–03. An evaluation has been conducted with positive results from clients who use the service. CBSC business information officers find **Talk to Us!** an excellent way to use the Internet to serve their clients. Other partners (federal and provincial) are looking at enhancing their Web sites by adding the CBSCs' enhanced service to their sites. (**Vweb.cbsc.org/english/forms/na/talktous.jsp**)

Employees working in Industry Canada's five main regional offices and local service points, located in 50 communities (through FedNor, Community Futures Development Corporations and Aboriginal Capital Corporations offices), help to deliver the Department's products and services, and provide an important regional dimension to addressing the unique issues and concerns of the Department's diverse client base.

The Industry Canada Corporations Directorate (ICCD) has successfully launched on-line incorporation and related services that allow clients to apply for incorporation 24 hours a day, seven days a week. After two years of operations, a survey of users of the Electronic Filing Centre (EFC) was conducted in order to evaluate users' level of satisfaction. The results of the survey were used to establish baseline levels of satisfaction. Individual baselines were calculated for various components of the EFC such as the look and feel of the site, the ease of filling out forms, as well as an overall satisfaction baseline. The clients' responses were very high, resulting in an overall satisfaction baseline level of 84 percent. The survey also provided ICCD with guidance on where to focus resources in order to obtain greater benefit to those aspects of the filing centre that will maintain or enhance user satisfaction.

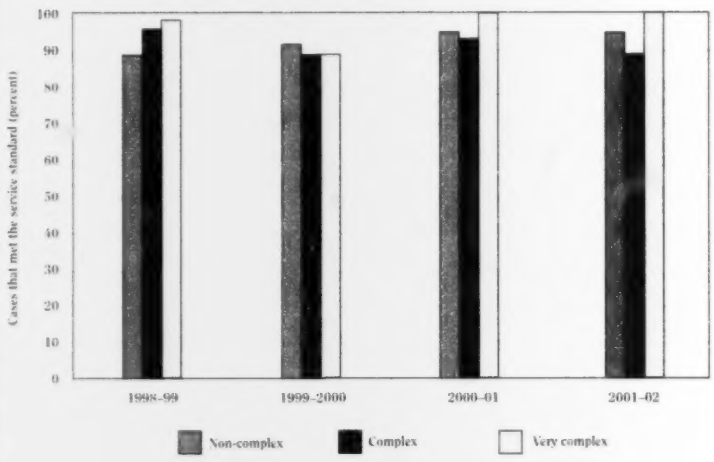
Measurement Canada evaluated the state of its modern management practices using the Modern Comptrollership Capacity Assessment criteria. The results of the assessment provided the organization with a greater understanding of the capabilities (people, skills, technology, management framework, resources, and so on) needed to respond to emerging client demands and the changing environment. Next steps include the implementation of initiatives designed to address identified opportunities for improvement.

Measurement Canada – ISO Accredited

Measurement Canada achieved ISO 9002:1994 registration for its Accreditation Program Quality Management System in 2001–02. The achievement of ISO registration reflects Measurement Canada's commitment to using quality management principles in the delivery of its programs and services.

The Mergers Branch of the Competition Bureau established client service standards in 1997 in consultation with stakeholders. Since that time, on average, the Branch has met service standards 93 percent of the time when providing responses for non-complex merger notifications, 92 percent for complex notifications, and 97 percent in very complex cases. As indicated in Figure 8, turn-around times have improved in the non-complex and very complex categories. The implementation of service standards has helped focus Branch managers and employees on streamlining processes and procedures, and provides the tools to identify areas for improvement where the standards are not met. Stakeholders have commented on the increased quality and timeliness of responses since the implementation of service standards.

Figure 8: Meeting Client Service Standards: Merger Review



Source: Competition Bureau, Mergers Branch service standards statistics.

Exemplary Workplace

Industry Canada supported program areas through an integrated recruitment, retention and representation strategy that is responsive to program needs and reflective of the diverse population the programs serve.

Recruitment

- Recruitment strategies aimed at increasing representation included departmental participation at an Aboriginal Peoples Fair, an Employment Equity Job Fair, and a Management Trainee Program job fair with high visible minority participation. Industry Canada was promoted through a University of Ottawa sponsorship at the Jeux du Commerce, participated in campus

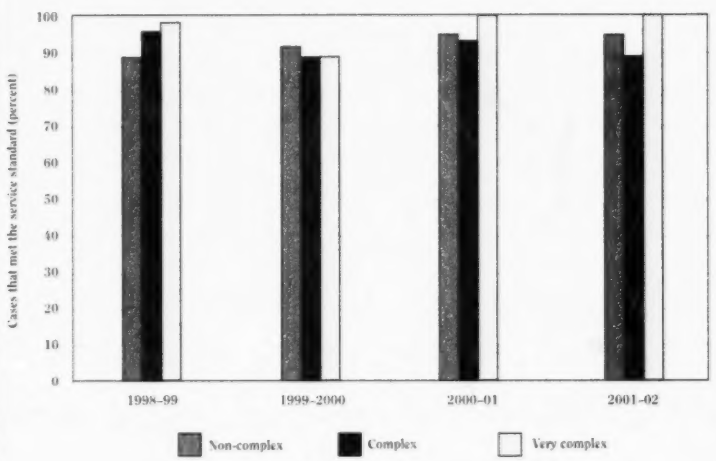
Measurement Canada evaluated the state of its modern management practices using the Modern Comptrollership Capacity Assessment criteria. The results of the assessment provided the organization with a greater understanding of the capabilities (people, skills, technology, management framework, resources, and so on) needed to respond to emerging client demands and the changing environment. Next steps include the implementation of initiatives designed to address identified opportunities for improvement.

Measurement Canada – ISO Accredited

Measurement Canada achieved ISO 9002:1994 registration for its Accreditation Program Quality Management System in 2001–02. The achievement of ISO registration reflects Measurement Canada's commitment to using quality management principles in the delivery of its programs and services.

The Mergers Branch of the Competition Bureau established client service standards in 1997 in consultation with stakeholders. Since that time, on average, the Branch has met service standards 93 percent of the time when providing responses for non-complex merger notifications, 92 percent for complex notifications, and 97 percent in very complex cases. As indicated in Figure 8, turn-around times have improved in the non-complex and very complex categories. The implementation of service standards has helped focus Branch managers and employees on streamlining processes and procedures, and provides the tools to identify areas for improvement where the standards are not met. Stakeholders have commented on the increased quality and timeliness of responses since the implementation of service standards.

Figure 8: Meeting Client Service Standards: Merger Review



Source: Competition Bureau, Mergers Branch service standards statistics.

Exemplary Workplace

Industry Canada supported program areas through an integrated recruitment, retention and representation strategy that is responsive to program needs and reflective of the diverse population the programs serve.

Recruitment

- Recruitment strategies aimed at increasing representation included departmental participation at an Aboriginal Peoples Fair, an Employment Equity Job Fair, and a Management Trainee Program job fair with high visible minority participation. Industry Canada was promoted through a University of Ottawa sponsorship at the Jeux du Commerce, participated in campus

visits connected with the University Recruitment and Development Program, and used the Aboriginal and Visible Minority Career Assignment Program. The overall net results for hiring showed an increase in visible minority representation from 7.4 percent to 7.8 percent over the course of the year, as well as the maintenance of, or improvement in, retention. Further, the level of representation achieved was equal to or better than the labour market availability for other employment equity-designated groups.

- Bridging programs for co-op students: Industry Canada worked at building a community among students and actively marketed the program to promote long-term employment.

Retention

Industry Canada's success in delivering the programs and services that support its five strategic objectives depends on the talents, skills and motivation of its employees.

- The Leadership Development Program for the EX minus 1 level and visible minority employees at the EX minus 2 level was offered to selected employees and was actively promoted to visible minority employees.
- A Work–Life Balance Assistant Deputy Minister (ADM) Champion was appointed to address workplace well-being, in particular work–life balance. The Work–Life Program offered 36 sessions to 994 participants on a variety of topics.
- The offer of stimulating work, a positive environment, career and skills development opportunities, and leading-edge technology was at the core of the senior managers' retention strategy.
- A restructured Awards Program was approved by senior managers. Award procedures expanded to include gifts of Aboriginal art pieces and to provide opportunities to direct awards as charitable donations.

Representation

Industry Canada strives to build a work force that is representative of the population it serves.

- Diversity advisory committees (for Aboriginal people, visible minorities and women), headed by ADM Champions, conducted research and analysis and will be developing action plans to address areas such as recruitment, career development, training and retention. The ADM Champion for the Advisory Committee for Persons with Disabilities received support from the Senior Management Committee for its action plan, which focussed on accommodation guidelines and procedures, leadership and building awareness, and accessible information.
- Diversity training was offered and will be increased in 2002–03. It addresses important representation issues currently at play, as well as the critical importance of a representative work force in delivering the Department's mandate.
- A work force analysis and an employment systems review were completed. An initial draft of an Employment Equity Action Plan, addressing diversity and issues of barriers and under-representation, was prepared for consultation.

Section 41 of the *Official Languages Act*

Following an evaluation of the Department's activities in support of Section 41 of the *Official Languages Act* (**www.ic.gc.ca/epublications**), Industry Canada has developed a strategy for the Industry Portfolio, in collaboration with the regional development agencies, to increase the participation of official-language minority communities in its programs and services. This strategy integrated the following key activities across the Portfolio.

- A second wave of internal presentations helped to raise the awareness of Section 41 among program and service managers, and an intranet site, ProAction41 (**icweb.ic.gc.ca/epic/intranet/icpa41-pa41.nsf/homepage**), was created to encourage Industry Canada managers to be more proactive in terms of supporting official-language minority communities.
- Through both secondary and primary research, the Department continues to learn more about the economic development requirements of official-language communities, their experiences in accessing departmental programs and services, and what Industry Canada can do within its mandate to address their needs.
- In terms of enhancing existing programs and services, under the Interdepartmental Partnership with the Official-Language Communities program with Heritage Canada, the Department identified seven new projects to assist communities, increasing partner funding contributions sevenfold.

Section 3:

Consolidated Reporting

3.1 Materiel Management

With the implementation of the Financial Information Strategy on April 1, 2001, the Department began capturing all information related to capital assets in accordance with Treasury Board Accounting Standard 3.1 — Capital Assets. An internal audit of the opening capital asset balance and the business processes implemented to capture new capital asset activity was conducted during the 2001–02 fiscal year. The results and observations were shared with the Office of the Auditor General and reported to the Comptroller.

3.2 Procurement and Contracting

Role played by procurement and contracting in delivering programs

As in other federal departments, the objective of procurement and contracting activities in Industry Canada is to obtain goods and services, and to carry out the construction needed to deliver programs. These activities are conducted in a manner that enhances access, competition and fairness, and results in best value or, if appropriate, the optimal balance of overall benefits to the Crown and the Canadian people.

At Industry Canada, the contracting authority is decentralized. As a result, branches (operational managers or some other user of purchasing services) are responsible for a wide range of purchasing activities. However, the following groups are responsible for ensuring that these activities are done effectively:

- *Contracts and Materiel Management* (CMM): The CMM unit is responsible for the development of purchasing strategies, logistics planning, life cycle costing of acquisition alternatives, postings on MERX, and the completion of contracts.
- *Contracts Review: Program and Services Board* (CR:PSB): The CR:PSB serves as a forum for the Department's senior officials to provide advice and support to the Comptroller in terms of corporate direction in the implementation of governmental and departmental policies, operational procedures and performance monitoring related to purchasing activities, as they are to be carried out at Industry Canada.
- *Contracts Review Secretariat* (CRS): The CRS unit is responsible for providing secretariat services to the CR:PSB, writing policies and providing training.

In addition to the CR:PSB, both the CMM and CRS are responsible for providing advisory services, monitoring, and controlling the purchasing process to ensure its integrity with Treasury Board and departmental policies.

Department's audits and evaluations of procurement practices

Following the assessment of the Contracting Framework commissioned by the Corporate Comptroller Branch in 2000, the Audit and Evaluation Branch is committed to auditing the contracting procedures in two branches of Industry Canada every year.

Contracting practices are also being reviewed in the context of regular scheduled audits, such as program audits and regional audits.

Progress and new initiatives enabling effective and efficient procurement practices
As a result of the assessment of Industry Canada's contracting framework, the Department has developed a management action plan to reinforce management accountability and procurement/contracting practices through control measures, training, monitoring, reporting, and further review and audit scrutiny. An immediate action took place in March 2001 with the establishment of a contract review committee. This function is assumed by the Program and Services Board. The secretariat of this committee is held by the newly created CRS of the Comptroller's Branch. As a result of the departmental audit of the Information Highway Applications Branch, an action plan was implemented to reinforce management accountability and practices through control measures, training, monitoring, reporting, and further review and audit scrutiny. **www.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/icPages/Menu-e**

3.3 Regulatory Initiatives

Performance of significant regulatory initiatives

Purpose of Regulatory Initiative	Expected Results	Achieved Results
Radiocommunication Regulations — Non-Broadcast Radio Licensing Fee Reform A new licence fee structure for non-broadcast spectrum must be put in place because new technology has dictated the need for change.	There will be a new licence fee structure for non-broadcast spectrum that is simple and flexible for all applicants.	Because of some unanticipated infrastructure difficulties, the fee proposal will be delayed. In the meantime, an interim measure is being put together to address fees in low congestion areas.

3.4 Sustainable Development Strategy

This section highlights Industry Canada's sustainable development accomplishments. It includes progress made on the Department's Sustainable Development Strategy for 2000–03 (SDS II) (*see Table 1 on page 35*) as well as accomplishments that go beyond those originally committed to in SDS II (*see Table 2 on page 36*).

SDS II commits Industry Canada to playing a leadership role and forming partnerships to promote sustainable development through the following three objectives:

- productivity through eco-efficiency;
- environmental technologies; and
- integrating sustainable development into decision making.

Table 1: Selected Accomplishments Under the 2000–03 Sustainable Development Strategy (SDS II)

Corporate Strategic Objective	Accomplishments in 2001–02
1. *Productivity Through Eco-Efficiency* Enhance the capacity of Canadian industries and firms to develop and use eco-efficient practices, tools, technologies and products that contribute to increased productivity and environmental performance.	▪ Launched new eco-efficiency Web site (**strategis.gc.ca/e2**) and delivered two on-line eco-efficiency assessment tools — Three Steps to Eco-efficiency, for manufacturers, and an introduction to eco-efficiency. ▪ Developed a partnership arrangement and initial Web content for Building Sustainable Enterprises, the regional eco-efficiency workshops for businesses, in partnership with the National Round Table on the Environment and Economy, Natural Resources Canada (NRCan), Environment Canada, and regional agency and industry partners. ▪ Supported new Networks of Centres of Excellence, including the Automobile of the 21st Century, to improve powertrains, reduce emissions and improve the safety of the vehicles of the future, particularly for children and elderly persons. ▪ Organized the first Municipal Environmental Management Systems Workshop at Globe 2002. ▪ Developed an on-line registration tool to enable companies to register and update their information on-line in the Canadian Environmental Solutions (CES) database. More than 350 companies provided updates and approximately 100 new companies have registered with CES. ▪ Sponsored a study, *Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada*, and completed initial consultations with industry associations to increase awareness and stimulate more corporate sustainability reporting by Canadian industry. ▪ Sponsored the development of a corporate social responsibility (CSR) benchmarking tool for industry and supported a survey of 20 countries to obtain comparative public views on CSR.
2. *Environmental Technologies* Facilitate the development and diffusion of environmental and enabling technologies that produce long-term economic and environmental benefits.	▪ Invested approximately $75 million in six sustainable development-related Technology Partnerships Canada projects, including fuel cells and other clean vehicle technologies. It is expected that these projects will leverage about $175 million from other sources. ▪ Conducted regional workshops across Canada on bio-products, innovation and rural economic growth. ▪ Funded 14 university research infrastructure projects, valued at $34.5 million, through the Canada Foundation for Innovation in the fields of hydrology, environmental engineering, oceanography, evolution and ecology, soil science, and plant and tree biology. ▪ Approved 22 genomics projects and platforms with $135 million of Genome Canada support. ▪ Completed medical imaging technology roadmap (TRM) and conducted a horizontal evaluation of six completed TRMs (aircraft design, forest, wood products, geomatics, medical imaging and electric power).
3. *Integrating Sustainable Development into Decision Making* Improve the integration of sustainable development objectives into decision making, including the development and delivery of departmental policies, plans and operations.	▪ Approved the implementation of a permanent departmental program for conducting Strategic Environmental Assessments. ▪ Added sustainable development to Industry Canada's Priorities Chart (*see page 10*) as a result of a decision by senior management. ▪ Conducted waste audit of Industry Canada-occupied facilities in the National Capital Region. ▪ Produced and distributed a promotional brochure, *Eco-Efficiency: Good Business Sense*, to highlight the economic benefits of eco-efficiency practices. ▪ Provided input to the National Round Table on the Environment and the Economy's Ecological Fiscal Reform Program's Substances of Concern Working Group.

Table 2: Selected Accomplishments in Addition to Those Originally Committed to Under the 2000–03 Sustainable Development Strategy (SDS II)

- Received a Level I ranking in the *2001 Annual Report* of the Commissioner of the Environment and Sustainable Development for having a well-functioning sustainable development management system.
- Developed lean manufacturing / high performance manufacturing, nanotechnology, and resource recovery initiatives to promote the minimization or elimination of production and processing waste through eco-efficient practices and innovative environmental technology.
- Participated in a project entitled Building Capacity for Eco-efficiency and Design for Environment in the Canadian Automotive Parts Manufacturing Sector, in partnership with Natural Resources Canada, Magna International and others.
- Revised CA*net 4 funding agreement to include a clause that addresses sustainable development considerations.
- Supported eco-efficiency and eco-tourism projects through Aboriginal Business Canada.

Industry Canada's Sustainable Development Web site offers more detailed performance information on each of the Department's SDS II commitments. (**strategis.gc.ca/sd**)

3.5 Horizontal Results

The following table presents some of the key horizontal initiatives in which Industry Canada plays a significant or leadership role. Horizontal results are achieved through public policies, programs and initiatives that involve more than one jurisdiction, department or partner in working toward shared objectives.

Access to Capital (A component of the Aboriginal Business Development Initiative)
Key Commitment
Strengthen the institutional capacity of Aboriginal developmental lending institutions and foster increased availability of capital for developmental lending.
Partner(s)
Industry Canada, Canada Economic Development for Quebec Regions, Atlantic Canada Opportunities Agency, Indian and Northern Affairs Canada, Western Economic Diversification Canada
Results
For results information, please go to **strategis.gc.ca/abc** (Aboriginal Business Canada); **www.nacca.net** (Access to Capital).
Access to National Emergency Preparedness Information
Key Commitment
Facilitate the sharing and exchange of information between industry and government on common national emergency preparedness issues.
Partner(s)
Canadian telecommunications industry; provincial and municipal governments

Results

Created the Canadian Telecommunications Emergency Preparedness Association (CTEPA) in partnership with the Canadian telecommunications industry. Activated the Emergency Telecommunications Operations Centre in close cooperation with the CTEPA to exchange essential information and facilitate mutual aid responses between Canada and the United States following the September 11, 2001, terrorist attacks in New York and Washington.

Created a national database in partnership with the Canadian telecommunications industry and the federal, provincial/territorial and municipal emergency planning organizations to collect, manage and protect the essential telephone numbers against traffic overload in emergency situations.

Canshare

Key Commitment

Improve cooperation and coordination among law enforcement agencies across Canada by combining information from complaints related to consumer protection or market fairness.

Partner(s)

Industry Canada, Ontario Provincial Police (Project PhoneBusters); provincial and territorial governments

Results

More than 90 alerts have been distributed to Canshare members concerning companies and individuals linked to telemarketing, Internet fraud, and unlicensed charities, among others.

Canadian Biotechnology Strategy

Key Commitment

Enhance federal leadership and management of biotechnology.

Partner(s)

Industry Canada, Agriculture and Agri-Food Canada, Canadian Food Inspection Agency, Fisheries and Oceans Canada, Department of Foreign Affairs and International Trade, Environment Canada, Health Canada, Natural Resources Canada, Canadian Institutes of Health Research, National Research Council Canada, Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada, Social Sciences and Humanities Research Council of Canada

Results

The Canadian Biotechnology Secretariat coordinated the Canadian Biotechnology Strategy (CBS). (**biotech.gc.ca**)

- Managed the third year of the CBS Fund across partner departments, which supported 33 projects on improving the stewardship of biotechnology, enhancing the benefits of biotechnology, and informing and engaging Canadians on key issues associated with biotechnology.
- Chaired an Interdepartmental Working Group on Genetic Privacy Information that developed a government-wide policy research agenda.
- Coordinated the process of the renewal of funding of the CBS Fund for 2002–05.
- Prepared the Results-based Management and Accountability Framework (RMAF) for CBS, which was approved by the Biotechnology ADM's Coordinating Committee (BACC).
- Supported the expert-based Canadian Biotechnology Advisory Committee (CBAC), (**cbac-cccb.ca**), issued consultation papers, held multistakeholder round tables across Canada and released two interim reports, *Improving the Regulation of Genetically Modified and Other Novel Foods* and *Biotechnology and Intellectual Property: Patenting of Higher Life Forms and Related Issues*. CBAC also convened a meeting of government departments and agencies with responsibilities in the area of stem cell research to examine areas where further research might be needed and to avoid duplication of effort.

Canadian E-Business Initiative
(Predecessor Initiative: Canadian E-Business Opportunities Roundtable)

Key Commitment

Engage the private sector and government in a partnership to improve conditions for e-commerce and encourage its adoption by SMEs.

Partner(s)

Membership of the predecessor Roundtable has been listed on its archived site (**ebusinessroundtable.ca**). Many of these individual partners are expected to continue their roles in the Canadian E-Business Initiative.

Results

Roundtable released *SME e-Business Information Toolkit*, to help small businesses overcome barriers to e-business adoption.

- Roundtable recommended the creation of the Government On-Line Advisory Panel, a move adopted by Treasury Board.
- Roundtable recommended higher ownership limits for Qualified Limited Partnerships, as a means of fostering investment; the December 2001 budget echoed this call.
- Published *E-Business: Success in the Post-Dot-Com World*, an insert in 100,000 copies of *Canadian Business* magazine.

After the release of its final report *Fast Forward 3.0: Maintaining the Momentum* on March 25, 2002, and the final meeting, the roundtable ceased operations. The work of the roundtable is being continued under the banner of the Canadian E-Business Initiative. (**www.cebi.ca**)

Climate Change Technology Roadmaps

Key Commitment

Promote collaboration and share knowledge among stakeholders interested in adapting their operations to climate change pressures and/or pursuing opportunities resulting from these same pressures.

Under funding from Action Plan 2000, develop one TRM by 2003 and two additional roadmaps by 2005.

Partner(s)

Industry Canada, Environment Canada, Natural Resources Canada

Some of the roadmaps also involve other federal government departments such as Agriculture and Agri-Food Canada and the National Research Council Canada, provincial governments such as the Ontario government, and associations such as Fuel Cell Canada and BioProducts Canada.

Results

Five roadmaps are proceeding: Chemicals and Fuels from Biomass, Fuel Cell Commercialization, Oilsands, Clean Coal, and CO_2 Capture and Storage.

The status report on Canadian capabilities regarding climate change solutions is available at **strategis.gc.ca/SSG/ea02121e.html**

Competitive Implications of Ratifying the Kyoto Protocol

Key Commitment

Enhance the knowledge of the competitiveness implications of ratifying the Kyoto Protocol for energy and/or trade-intensive industries, and of their trade and investment vulnerabilities to competition from countries not ratifying Kyoto.

Partner(s)

Industry Canada, Natural Resources Canada, governments of British Columbia and Ontario, and an industry-led Steering Committee on Climate Change

Results

Over 2001–02, the Analysis and Modelling Group's (AMG) working group on Competitiveness Analysis held 10 industry consultations. These were with industries sensitive to emissions and/or trade. The purposes of the consultations were to:

1) improve the competitiveness specifications of the models;
2) better understand the technological opportunities available to these industries to reduce greenhouse gas emissions; and
3) better understand trade and investment vulnerability to competition from countries not ratifying Kyoto.

For AMG studies, see **www.nccp.ca/NCCP/national_stakeholders/amg_e.html**

G8 DOT Force

Key Commitment

Identify measures that will help bridge the digital divide between countries by participating in high-level discussions organized by the members of the G8.

Partner(s)

Industry Canada, Department of Foreign Affairs and International Trade, Canadian International Development Agency, International Development Research Centre, private companies, public representatives

Results

The DOT Force report and action plan were developed and presented to G8 leaders in July 2001. Under Canadian leadership, a framework for implementation has also been developed.

Industry Canada has been coordinating the development of Canadian positions with the Department of Foreign Affairs and International Trade, the Canadian International Development Agency, the Department of Finance Canada, representatives of the private sector, and the public. (**www.dotforce.org**)

Intelligent Buildings Technology Roadmap

Key Commitment

Promote collaboration and share knowledge among stakeholders interested in more efficient and environmentally sustainable property construction and management.

Partner(s)

Industry Canada, Natural Resources Canada, Public Works and Government Services Canada, Canada Mortgage and Housing Corporation (CMHC), National Research Council Canada, Bell Canada, Continental Automated Building Association (CABA), Honeywell, Hydro Quebec, Network Edge Solutions, Siemens Energy and Automation, Tridel

Results

The roadmap has been completed and the CABA Intelligent Building Council has been created to help develop the recommendations in the roadmap.

Lawful Access

Key Commitment

Ensure that Canadian companies remain competitive in international markets, by conducting research and analysis, and consulting with them on approaches to lawful access to communications.

Partner(s)

Industry Canada, Department of Justice Canada, Solicitor General Canada

Lawful Access (Cont'nd)
Results
Extensive industry analysis has been conducted for wireline and wireless communications, cryptography, and the Internet. Analysis has been conducted on the different approaches taken to lawful access in other countries and on the domestic approach with respect to the wireless industry. (**e-com.ic.gc.ca/english/crypto/631d15.html**)
Project Emptor
Key Commitment
Target cross-border deceptive telemarketing and deceptive mail operations, through a collaborative enforcement initiative of Canadian and U.S. law enforcement agencies.
Partner(s)
Industry Canada, RCMP, Auditor General of British Columbia, U.S. Federal Trade Commission, U.S. Federal Bureau of Investigation
Results
Nine illegal telemarketing activities have been shut down, 16 people have been criminally charged or civilly sued, and more than $19 million in cash or assets has been seized.
SchoolNet GrassRoots Program
Key Commitment
Facilitate the integration of ICTs into K–12 learning and teaching. Contribute to the development of the skills and spirit of innovation of Canada's youth by stimulating the use of the Internet and ICTs in a classroom learning environment.
Partner(s)
Federal, provincial and territorial governments; universities; education associations; not-for-profit organizations and the private sector
Results
More than 30,000 innovative on-line learning projects that integrate ICTs have been developed and implemented by Canadian K–12 students. Studies undertaken by the Conference Board of Canada, the TeleLearning Network Inc., and Memorial University support the impact of the GrassRoots model for enabling e-learning in the classroom and helping to build a capacity for innovation. *See pages 15 and 60.* (**www.schoolnet.ca/grassroots**)
SkillNet.ca
Key Commitment
Work with non-profit organizations and national associations to integrate the Internet and ICTs into their services. Work with partners to deliver Web sites and services, in areas such as on-line recruitment and on-line learning, to markets unserved by commercial providers.
Partner(s)
Industry Canada, Canadian Aviation Maintenance Council, Canadian Medical Association, Canadian Tourism Human Resources Council, Canadian Virtual University, Canadian Virtual College Consortium, Centre for Education and Training, Cultural Human Resources Council, Federation of Saskatchewan Indian Nations, Volunteer Canada

Results

SkillNet.ca registered more than 50,000 employers and 250,000 job seekers with the network.

Each month an average of 10,000 new employers and job seekers register with SkillNet.ca sites. (**www.skillnet.ca**)

SourceCAN

Key Commitment

Help Canadian businesses tap into the global marketplace and realize their share of on-line trade, by matching Canadian products and services with worldwide business opportunities, and by offering foreign firms a comprehensive and up-to-date Canadian capabilities database.

Partner(s)

Indian and Northern Affairs Canada, Public Works and Government Services Canada, Atlantic Canada Opportunities Agency, Canada Customs and Revenue Agency, Canada Economic Development for Quebec Regions, Canada Post Corporation, Export Development Canada, International Business Opportunities Centre, Government of Alberta, Government of New Brunswick, Government of Newfoundland and Labrador, Government of Nova Scotia, Ontario Exports Inc., AT&T Canada, Canadian Chamber of Commerce, Canadian Federation of Independent Business, Canadian Manufacturers and Exporters, BANCOMEXT, China Bidding, ChinaProducts.com, EuroTrade, Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), JETRO, U.S. Chamber of Commerce

Results

Partnerships: MOUs being negotiated with nine provinces and two municipalities; three new partnerships with federal departments (total of eight); four private sector partners added (total of seven); three industry associations added (e.g. Canadian Construction Association, representing 40 percent of Canadian Tenders) some 5,500 foreign companies and 10,000 additional Canadian companies have been registered.

Some 38,000 clients are served per week and the numbers are rising.

Approximately 40 presentations, training sessions, info fairs and trade show displays were held.

Initiatives since September 11, 2001: U.S. Chamber of Commerce — linking SourceCAN with U.S. members; working agreement with BuyUSA (U.S. Commerce Department's equivalent of SourceCAN) and IBM Canada; JETRO (Japanese Government Business Opportunities Initiative) Partnership Development. (**www.sourcecan.com**)

Student Connection Program (SCP)

Key Commitment

Stimulate adoption of Internet and e-business practices by Canadian SMEs and seniors, while providing practical, on-the-job technology and business experience for Canadian college and university students and recent graduates.

Partner(s)

Industry Canada, Human Resources Development Canada, Association of Canadian Community Colleges, universities and colleges, the private sector

Results

To date, more than 117,000 business clients and seniors have benefited from Internet and e-commerce training.

SCP has hired more than 4,400 young Canadians and provided them with the opportunity to showcase their abilities to potential employers, thereby easing their transition from school to work.

In collaboration with partners, and through its E-Commerce First Step suite of services, SCP encourages businesses to adopt and use e-commerce. (**scp-ebb.com**)

Team Canada Inc
Key Commitment
Create jobs and prosperity by assisting Canadian firms in taking full advantage of international business opportunities, and by facilitating the flow of investment and technology.
Partner(s)
Industry Canada, Agriculture and Agri-Food Canada, Atlantic Canada Opportunities Agency, Business Development Bank of Canada, Canada Customs and Revenue Agency, Canada Economic Development for Quebec Regions, Canada Mortgage and Housing Corporation, Canadian Commercial Corporation, Fisheries and Oceans Canada, Canadian International Development Agency, Department of Canadian Heritage, Department of Foreign Affairs and International Trade, Environment Canada, Export Development Corporation, Human Resources Development Canada, Indian and Northern Affairs Canada, National Farm Products Council, Natural Resources Canada, National Research Council of Canada, Public Works and Government Services Canada, Statistics Canada, Transport Canada, Western Economic Diversification Canada
Results
For results information, please go to **exportsource.gc.ca**
Technology Roadmap (TRM) Secretariat with the TRM Network and TRM Web Site
Key Commitment
Promote collaboration and share knowledge among stakeholders interested in determining the future needs of high-technology industries.
Partner(s)
Industry Canada, Environment Canada, Health Canada, Human Resources Development Canada, Natural Resources Canada, Atlantic Canada Opportunities Agency, Canada Economic Development for Quebec Regions, Defence Research and Development Canada, National Research Council Canada, Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada, Technology Partnerships Canada
Results
Partnerships with other government departments have been strengthened. There are now provisions for a central repository for information and action. Industry Canada is the government's central source for information about technology roadmaps. (**strategis.gc.ca/trm**)

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Section 4:

Financial Performance

4.1 Matching Resources to Strategic Objectives

The Department recently completed a preliminary exercise to estimate the financial resources devoted to each strategic objective. The figures provided in the following table represent an approximate allocation of resources based only on the budgetary Main Estimates net of revenue. This exercise is a preliminary attempt to link resources to results, which should lead to improved planning and performance reporting.

Departmental Resource Allocation by Strategic Objective

Departmental Resource Allocation ($ Millions) **Main Estimates* 2001–02**	**Innovation**	**Connectedness**	**Marketplace**	**Investment**	**Trade**	**Corporate Management & Governance**	**Sector Total**
Industry Canada Sectors	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**
Policy Sector	$9.7	$0.0	$19.7	$0.8	$4.0	$1.7	$35.9
Industry Sector	$14.4	$7.5	$0.4	$17.1	$8.8	$4.8	$53.0
Competition Bureau	$0.0	$0.0	$28.7	$0.0	$0.0	$0.0	$28.7
SITT Sector	$2.7	$120.9	$27.6	$4.9	$7.7	$0.0	$163.8
Operations Sector	$0.0	$0.0	$40.3	$337.8	$10.7	$21.9	$410.7
Investment Partnerships Canada	$0.0	$0.0	$0.0	$6.0	$0.0	$0.0	$6.0
Communication Research Centre Canada	$3.0	$29.6	$0.0	$0.0	$0.0	$0.0	$32.6
Technology Partnerships Canada	$367.5	$0.0	$0.0	$0.0	$0.0	$0.0	$367.5
Office of Consumer Affairs	$0.0	$0.0	$4.1	$0.0	$0.0	$0.0	$4.1
Other**	$0.5	$16.8	$0.0	$0.0	$0.2	$85.9	$103.4
Total	**$397.8**	**$174.8**	**$120.8**	**$366.6**	**$31.4**	**$114.3**	**$1,205.7**

* Figures are based on budgetary Main Estimates for 2001–02, exclusive of Supplementary Estimates and revenues. Grants and Contributions and Employee Benefit Plan are included.

** Includes organizations such as the Chief Information Office, Comptroller's Branch and Human Resources Branch.

Section 4:

Financial Performance

4.1 Matching Resources to Strategic Objectives

The Department recently completed a preliminary exercise to estimate the financial resources devoted to each strategic objective. The figures provided in the following table represent an approximate allocation of resources based only on the budgetary Main Estimates net of revenue. This exercise is a preliminary attempt to link resources to results, which should lead to improved planning and performance reporting.

Departmental Resource Allocation by Strategic Objective

Departmental Resource Allocation ($ Millions) **Main Estimates* 2001–02**	**Innovation**	**Connectedness**	**Marketplace**	**Investment**	**Trade**	**Corporate Management & Governance**	**Sector Total**
Industry Canada Sectors	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**
Policy Sector	$9.7	$0.0	$19.7	$0.8	$4.0	$1.7	$35.9
Industry Sector	$14.4	$7.5	$0.4	$17.1	$8.8	$4.8	$53.0
Competition Bureau	$0.0	$0.0	$28.7	$0.0	$0.0	$0.0	$28.7
SITT Sector	$2.7	$120.9	$27.6	$4.9	$7.7	$0.0	$163.8
Operations Sector	$0.0	$0.0	$40.3	$337.8	$10.7	$21.9	$410.7
Investment Partnerships Canada	$0.0	$0.0	$0.0	$6.0	$0.0	$0.0	$6.0
Communication Research Centre Canada	$3.0	$29.6	$0.0	$0.0	$0.0	$0.0	$32.6
Technology Partnerships Canada	$367.5	$0.0	$0.0	$0.0	$0.0	$0.0	$367.5
Office of Consumer Affairs	$0.0	$0.0	$4.1	$0.0	$0.0	$0.0	$4.1
Other**	$0.5	$16.8	$0.0	$0.0	$0.2	$85.9	$103.4
Total	**$397.8**	**$174.8**	**$120.8**	**$366.6**	**$31.4**	**$114.3**	**$1,205.7**

* Figures are based on budgetary Main Estimates for 2001–02, exclusive of Supplementary Estimates and revenues. Grants and Contributions and Employee Benefit Plan are included.

** Includes organizations such as the Chief Information Office, Comptroller's Branch and Human Resources Branch.

4.2 Financial Summary Tables

The information in the following financial tables is presented in accordance with the Department's approved Planning, Reporting and Accountability Structure (PRAS) and corresponds to its three principal lines of business: Micro-Economic Policy, Industry Sector Development, and Marketplace Rules and Services. Readers interested in learning how the Department's business lines correspond to its five strategic objectives will find the information on the Department's Web site. **(www.ic.gc.ca/crosswalk)**

Table 1 ..... Summary of Voted Appropriations
Table 2 ..... Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending
Table 3 ..... Historical Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending
Table 4 ..... Revenues (Respendable and Non-Respendable)
Table 5 ..... Statutory Payments
Table 6 ..... Transfer Payments
Table 7 ..... Loans, Investments and Advances
Table 8 ..... Revolving Fund Financial Summaries
Table 9 ..... Contingent Liabilities

FINANCIAL TABLE 1: Summary of Voted Appropriations

Financial Requirements by Authority

(millions of dollars)

Vote		Planned Spending 2001–02	Total Authorities* 2001–02	Actual 2001-02
	Industry Canada Program			
1	Operating expenditures	393.1	511.9	493.4
5	Grants and contributions	703.4	857.9	798.5
(S)	Minister of Industry — Salary and motor car allowance	0.0	0.0	0.0
(S)	Insurance payments under the Enterprise Development Program and guarantees under the Industrial and Regional Development Program	10.0	0.0	0.0
(S)	Canadian Intellectual Property Office Revolving Fund	(8.7)	48.4	(7.3)
(S)	Liabilities under the *Small Business Loans Act*	49.0	53.7	53.7
(S)	Liabilities under the *Small Business Financing Act*	11.0	20.8	20.8
(S)	Contributions to employee benefit plans	47.9	50.0	50.0
(S)	Spending of proceeds from the disposal of surplus Crown assets	0.0	0.4	0.2
(S)	Collection agency fees	0.0	0.0	0.0
(S)	Court Awards	0.0	0.0	0.0
(S)	Refunds of amounts credited to revenues in previous years	0.0	0.3	0.2
L10	Payments pursuant to subsection 14(2) of the *Department of Industry Act*	0.3	0.3	0.0
L15	Loans pursuant to paragraph 14(1)(*a*) of the *Department of Industry Act*	0.5	0.5	0.0
L97b	Advances to regional offices and employees posted abroad	0.0	2.0	0.0
Total Department		**1,206.5**	**1,546.2**	**1,409.5**

* Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

FINANCIAL TABLE 2: Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending

Departmental Planned versus Actual Spending by Business Line

(millions of dollars)

Business Lines	FTEs	Operating	Capital	Grants & Contributions	Subtotal: Gross Expenditures	Non-Budgetary Loans, Investments and Advances	Total Gross Expenditures	Less: Respendable Revenues*	Total Net Expenditures
Micro-Economic Policy	291	32.8	—	14.3	47.1	—	47.1	—	47.1
(total authorities)	*291*	*43.8*	—	*162.4*	*206.2*	—	*206.2*	—	*206.2*
(actuals)	**291**	**41.7**	—	**162.4**	**204.1**	—	**204.1**	—	**204.1**
Marketplace Rules and Services	2,515	210.1	—	1.7	211.8	—	211.8	(102.8)	109.0
(total authorities)	*2,515*	*318.3*	—	*1.7*	*320.0*	—	*320.0*	*(122.0)*	*198.0*
(actuals)	**2,513**	**253.3**	—	**1.7**	**255.0**	—	**255.0**	**(121.7)**	**133.3**
Industry Sector Development	1,804	260.2	—	757.3**	1,017.5	0.8	1,018.3	(9.7)	1,008.6
(total authorities)	*1,804*	*258.4*	—	*768.3***	*1,026.7*	*2.8*	*1,029.5*	*(7.0)*	*1,022.5*
(actuals)	**1,803**	**260.4**	—	**708.8****	**969.2**	**0.0**	**969.2**	**(7.0)**	**962.2**
Tourism***	0	0.0	—	—	0.0	—	0.0	—	0.0
(total authorities)	0	0.0	—	—	0.0	—	0.0	—	0.0
(actuals)	**0**	**0.0**	—	—	**0.0**	—	**0.0**	—	**0.0**
Corporate and Management Services	1,010	102.3	—	—	102.3	—	102.3	—	102.3
(total authorities)	*1,010*	*119.5*	—	—	*119.5*	—	*119.5*	—	*119.5*
(actuals)	**1,010**	**109.9**	—	—	**109.9**	—	**109.9**	—	**109.9**
Total	5,620	605.4	0.0	773.3	1,378.7	0.8	1,379.5	(112.5)	1,267.0
(total authorities)	*5,620*	*740.0*	*0.0*	*932.4*	*1,672.4*	*2.8*	*1,675.2*	*(129.0)*	*1,546.2*
(actuals)	**5,617**	**665.3**	**0.0**	**872.9**	**1,538.2**	**0.0**	**1,538.2**	**(128.7)**	**1,409.5**
Other Revenues and Expenditures									
Non-Respendable Revenues****	—	—	—	—	—	—	—	—	(266.0)
(total authorities)	—	—	—	—	—	—	—	—	*(266.0)*
(actuals)	—	—	—	—	—	—	—	—	**(955.7)**
Cost of services provided by other departments	—	—	—	—	—	—	—	—	58.5
(total authorities)	—	—	—	—	—	—	—	—	*58.5*
(actuals)	—	—	—	—	—	—	—	—	**69.6**
Net Cost of the Program	—	—	—	—	—	—	—	—	1,059.5
(total authorities)	—	—	—	—	—	—	—	—	*1,338.7*
(actuals)	—	—	—	—	—	—	—	—	**523.4**

Note: Numbers in italics denote total authorities for 2001–02 (Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities). Bolded numbers denote actual expenditures/revenues in 2001–02.

* These revenues were formerly called "Revenues Credited to the Vote."

** Includes Statutory Grants and Contributions.

*** Tourism transferred out pursuant to the *Canadian Tourism Commission Act*.

**** These revenues were formerly called "Revenues Credited to the General Government Revenues (GGR)."

FINANCIAL TABLE 3: Historical Comparison of Total Planned Spending to Actual Spending

Departmental Planned versus Actual Spending by Business Line

(millions of dollars)

Business Lines	Actual 1999–2000*	Actual 2000–01*	Planned Spending 2001–02	Total Authorities 2001–02**	Actual 2001–02
Micro-Economic Policy	51.4	53.8	47.2	206.2	204.1
Marketplace Rules and Services	118.5	125.6	108.9	198.0	133.3
Industry Sector Development***	1,744.9	878.7	1,008.6	1,022.5	962.2
Tourism****	68.9	83.1	0.0	0.0	0.0
Corporate and Management Services	84.7	95.7	102.3	119.5	109.9
Total Planned to Actual Spending	**2,068.4**	**1,236.9**	**1,267.0**	**1,546.2**	**1,409.5**

* Figures are shown using the current Planning, Reporting and Accountability Structure for purposes of comparison.

** Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

*** 1999–2000 total authorities and actuals include a $900-million grant to the Canada Foundation for Innovation to modernize research infrastructure and a $160-million grant to Genome Canada.

**** Tourism transferred out pursuant to the *Canadian Tourism Commission Act.*

FINANCIAL TABLE 4: Revenues (Respendable and Non-Respendable)

Revenues by Business Line

(millions of dollars)

Respendable Revenues*

Business Lines	Actual 1999–2000	Actual 2000–01	Planned Revenues 2001–02	Total Authorities** 2001–02	Actual 2001–02
Micro-Economic Policy	—	—	—	—	—
Marketplace Rules and Services	98.8	104.4	102.8	122.0	121.7
Industry Sector Development	7.2	6.5	9.7	7.0	7.0
Tourism	—	—	—	—	—
Corporate and Management Services	—	—	—	—	—
Total Respendable Revenues	**106.0**	**110.9**	**112.5**	**129.0**	**128.7**

Non-Respendable Revenues***

Business Lines	Actual 1999–2000	Actual 2000–01	Planned Revenues 2001–02	Total Authorities** 2001–02	Actual**** 2001–02
Micro-Economic Policy	—	—	—	—	—
Marketplace Rules and Services	487.2	155.2	221.9	221.9	862.4
Industry Sector Development	129.0	122.4	44.1	44.1	93.3
Tourism	—	—	—	—	—
Corporate and Management Services	—	—	—	—	—
Total Non-Respendable Revenues	**616.2**	**277.6**	**266.0**	**266.0**	**955.7**

* These revenues were formerly called "Revenues Credited to the Vote."

** Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

*** These revenues were formerly called "Revenues Credited to the Consolidated Revenue Fund."

**** The increase in non-respendable revenues is mainly due to the change in accounting practices brought about by the Financial Information Strategy.

The above figures are shown using the current Planning, Reporting and Accounting Structure for purposes of comparison.

FINANCIAL TABLE 5: Statutory Payments

Statutory Payments by Business Line

(millions of dollars)

Business Lines	Actual 1999–2000*	Actual 2000–01*	Planned Spending 2001–02	Total Authorities** 2001–02	Actual 2001–02
Micro-Economic Policy	4.2	3.6	3.6	3.8	3.8
Marketplace Rules and Services	2.0	7.1	8.9	66.9	25.7
Industry Sector Development	113.1	103.7	88.9	94.7	94.5
Tourism***	2.3	1.9	0.0	0.0	0.0
Corporate and Management Services	8.4	7.8	7.8	8.2	8.2
Total Statutory Payments	**130.0**	**124.1**	**109.2****	**173.6**	**132.2**

Note: All figures include contributions to employee benefit plans.

* Figures are shown using the current Planning, Reporting and Accountability Structure for purposes of comparison.

** Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

*** Tourism transferred out pursuant to the *Canadian Tourism Commission Act.*

**** Does not include non-budgetary loans, investments and advances.

FINANCIAL TABLE 6: Transfer Payments

Transfer Payments by Business Line

(millions of dollars)

Business Lines	Actual 1999–2000*	Actual 2000–01*	Planned Spending 2001–02	Total Authorities 2001–02**	Actual 2001–02
GRANTS					
Micro-Economic Policy	—	1.0	1.0	151.0	151.0
Marketplace Rules and Services	—	—	—	—	—
Industry Sector Development***	1,080.0	140.0	—	123.5	123.5
Tourism****	—	—	—	—	—
Corporate and Management Services	—	—	—	—	—
Total Grants	**1,080.0**	**141.0**	**1.0**	**274.5**	**274.5**
CONTRIBUTIONS					
Micro-Economic Policy	11.8	11.7	13.3	11.4	11.4
Marketplace Rules and Services	1.0	1.0	1.7	1.7	1.7
Industry Sector Development	424.3	494.6	757.3	644.8	585.3
Tourism****	0.3	—	—	—	—
Corporate and Management Services	—	—	—	—	—
Total Contributions	**437.4**	**507.3**	**772.3**	**657.9**	**598.4**
Total Transfer Payments	**1,517.4**	**648.3**	**773.3**	**932.4**	**872.9**

* Figures are shown using the current Planning, Reporting and Accountability Structure for purposes of comparison.

** Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

*** 1999–2000 total authorities and actuals include a $900–million grant to the Canada Foundation for Innovation to modernize research infrastructure and a $160–million grant to Genome Canada.

**** Tourism transferred out pursuant to the *Canadian Tourism Commission Act.*

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Details of Transfer payments ($5 million and over), 2001–2002 Actual Spending

For a complete listing of our grants and contributions, visit the Public Accounts of Canada on the Receiver General's Web site **www.pwgsc.gc.ca/recgen/text/home-e.html**

Aboriginal Business Canada Programs

(Aboriginal Business Development Program and Aboriginal Business Loan Insurance Program)

$34.1 million

Objectives

Aboriginal Business Development Program

to increase the number of viable businesses in Canada that are owned and controlled by Aboriginal Canadians, and improve access to business opportunities, increase self-reliance and provide a supportive business environment for Aboriginal Canadians in all areas of Canada;

to establish, expand and diversify self-sustaining Aboriginal-owned-and-controlled capital corporations that provide developmental capital in Canada and that are functionally complementary to the mainstream financial sector;

to improve access to capital for Aboriginal businesses in Canada that have difficulty obtaining conventional commercial financing;

to enhance the capacity of Aboriginal financial and business development organizations to provide financial services, business information and developmental support services;

to provide Aboriginal Canadians with greater responsibility for economic development initiatives in keeping with the spirit of *Gathering Strength: Canada's Aboriginal Action Plan*.

Aboriginal Business Loan Insurance Program

to increase commercial enterprise activity by Aboriginal Canadians as a major step toward enhancing their economic self-reliance, by providing financial and advisory assistance at various stages and for several aspects of enterprise development.

Results

For more information please visit **aboriginalmap.ic.gc.ca**

Additional results from Aboriginal Business Canada can be found on page 24 and 70.

Canadian Institute for Advanced Research

$25 million (grant for 2002–07)

$3.49 million (contribution for 2001–02)

Objectives

to encourage research excellence in Canada by supporting the work of the Canadian Institute for Advanced Research (CIAR) and fostering its development.

Results

The CIAR has established multi-disciplinary research teams to investigate such areas of scientific interest as evolutionary biology, nanoelectronics, superconductivity, economic growth and policy, cosmology and gravity, earth system evolution, and population health and human development.

The CIAR leveraged investments by provincial governments and the private sector totalling in excess of $5 million dollars in 2001–02.

Details of Transfer payments ($5 million and over), 2001–2002 Actual Spending

For a complete listing of our grants and contributions, visit the Public Accounts of Canada on the Receiver General's Web site **www.pwgsc.gc.ca/recgen/text/home-e.html**

Aboriginal Business Canada Programs

(Aboriginal Business Development Program and Aboriginal Business Loan Insurance Program)

$34.1 million

Objectives

Aboriginal Business Development Program

to increase the number of viable businesses in Canada that are owned and controlled by Aboriginal Canadians, and improve access to business opportunities, increase self-reliance and provide a supportive business environment for Aboriginal Canadians in all areas of Canada;

to establish, expand and diversify self-sustaining Aboriginal-owned-and-controlled capital corporations that provide developmental capital in Canada and that are functionally complementary to the mainstream financial sector;

to improve access to capital for Aboriginal businesses in Canada that have difficulty obtaining conventional commercial financing;

to enhance the capacity of Aboriginal financial and business development organizations to provide financial services, business information and developmental support services;

to provide Aboriginal Canadians with greater responsibility for economic development initiatives in keeping with the spirit of *Gathering Strength: Canada's Aboriginal Action Plan*.

Aboriginal Business Loan Insurance Program

to increase commercial enterprise activity by Aboriginal Canadians as a major step toward enhancing their economic self-reliance, by providing financial and advisory assistance at various stages and for several aspects of enterprise development.

Results

For more information please visit **aboriginalmap.ic.gc.ca**

Additional results from Aboriginal Business Canada can be found on page 24 and 70.

Canadian Institute for Advanced Research

$25 million (grant for 2002–07)

$3.49 million (contribution for 2001–02)

Objectives

to encourage research excellence in Canada by supporting the work of the Canadian Institute for Advanced Research (CIAR) and fostering its development.

Results

The CIAR has established multi-disciplinary research teams to investigate such areas of scientific interest as evolutionary biology, nanoelectronics, superconductivity, economic growth and policy, cosmology and gravity, earth system evolution, and population health and human development.

The CIAR leveraged investments by provincial governments and the private sector totalling in excess of $5 million dollars in 2001–02.

CANARIE — Phase 3
$12.43 million

CANARIE — CA*net4
$110 million

Objectives

to enhance the productivity and competitiveness of Canadian industry, especially innovative Canadian ICT companies, with an emphasis on priority sectors (public and private) of the economy (such as electronic business, learning, telehealth and intelligent systems) to catalyse the development and diffusion of technologies, advanced applications and services that underpin or use advanced Internet infrastructure, such as CA*net 3, and that are based on open-systems standards.

Results

Stimulated new emerging sectors such as advanced content, new media, intelligent systems and telehealth applications.

Secured grant of $110 million over five years.

Canadian Youth Business Foundation
$7.5 million

Objectives

The government's $7.5–million grant will allow the Canadian Youth Business Foundation (CYBF) to expand its fundamental business skills and mentoring programs across Canada, including new programs in Québec City and Montréal and with Aboriginal youth.

Results

Incremental government and private sector funding will enable CYBF to:

- expand its Youth Business program from the current 150 to 400 communities;
- develop a full suite of Web-based support programs for young entrepreneurs; and
- assist an additional 3,000 young entrepreneurs in Canada to start businesses by 2005, while continuing to provide follow-up support for those youth who received initial assistance from CYBF.

Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario (FEDNOR)

Objectives

The overall objective of the FedNor program is to promote economic development in Northern Ontario leading to a strengthening of the national economy and contributing to the successful development of business and job opportunities.

Results

Access to Capital for Small Business: FedNor expended over $10 million toward 27 investment projects.

Access to Information for Small Business: FedNor provided more than $2.5 million to 18 innovation projects. FedNor provided $10.7 million to 81 connectedness projects.

Access to Markets for Small Business: FedNor provided $660,000 to 10 trade-related projects.

Promotion of Sustainable Self-Reliant Communities: FedNor provided more than $32 million to 763 community partnership projects.

Community Futures Program: Under the Community Futures Program in Ontario, FedNor delivered over $20 million in contributions.

Under the FedNor program, more than $9 million in additional capital was provided toward the investment funds of Community Futures Development Corporations (CFDCs).

The expansion of the Community Futures Program in Ontario continued, with the objective of providing universal coverage of all rural areas in Ontario. CFDC coverage was extended to six previously unserviced areas, with four CFDCs created and with the expansion of the service areas of two existing CFDCs.

Genome Canada

$135 million

Objectives

The objective of this initiative is to enable Canada to become a world leader in selected areas of genomic research by bringing together consortia to deliver genomics research, technology platforms and major genomics projects. The elements include the following: 1) the conducting of major research projects in the sectors of health, agriculture, environment, forestry and fisheries; 2) the recruitment and development of the next generation of genomics scientists in Canada; and 3) the addressing of public concerns and increasing of public awareness about genomics research.

Results

For more information please visit **www.genomecanada.ca**

Information Highway Applications Branch (IHAB) Programs

Community Access Program

$28.9 million in 2001–02

SchoolNet

$11.2 million in 2001–02

Smart Communities

$14.4 million in 2001–02

Objectives

Community Access Program

The objective of this program is to provide all Canadians with affordable access to the Internet, as a means of ensuring that Canadians benefit from the global, knowledge-based economy and the opportunity to use its technologies, and specifically to establish universal public access sites in urban and rural communities across Canada.

CANARIE — Phase 3
$12.43 million

CANARIE — CA*net4
$110 million

Objectives

to enhance the productivity and competitiveness of Canadian industry, especially innovative Canadian ICT companies, with an emphasis on priority sectors (public and private) of the economy (such as electronic business, learning, telehealth and intelligent systems) to catalyse the development and diffusion of technologies, advanced applications and services that underpin or use advanced Internet infrastructure, such as CA*net 3, and that are based on open-systems standards.

Results

Stimulated new emerging sectors such as advanced content, new media, intelligent systems and telehealth applications.

Secured grant of $110 million over five years.

Canadian Youth Business Foundation
$7.5 million

Objectives

The government's $7.5–million grant will allow the Canadian Youth Business Foundation (CYBF) to expand its fundamental business skills and mentoring programs across Canada, including new programs in Québec City and Montréal and with Aboriginal youth.

Results

Incremental government and private sector funding will enable CYBF to:

- expand its Youth Business program from the current 150 to 400 communities;
- develop a full suite of Web-based support programs for young entrepreneurs; and
- assist an additional 3,000 young entrepreneurs in Canada to start businesses by 2005, while continuing to provide follow-up support for those youth who received initial assistance from CYBF.

Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario (FEDNOR)

Objectives

The overall objective of the FedNor program is to promote economic development in Northern Ontario leading to a strengthening of the national economy and contributing to the successful development of business and job opportunities.

Results

Access to Capital for Small Business: FedNor expended over $10 million toward 27 investment projects.

Access to Information for Small Business: FedNor provided more than $2.5 million to 18 innovation projects. FedNor provided $10.7 million to 81 connectedness projects.

Access to Markets for Small Business: FedNor provided $660,000 to 10 trade-related projects.

Promotion of Sustainable Self-Reliant Communities: FedNor provided more than $32 million to 763 community partnership projects.

Community Futures Program: Under the Community Futures Program in Ontario, FedNor delivered over $20 million in contributions.

Under the FedNor program, more than $9 million in additional capital was provided toward the investment funds of Community Futures Development Corporations (CFDCs).

The expansion of the Community Futures Program in Ontario continued, with the objective of providing universal coverage of all rural areas in Ontario. CFDC coverage was extended to six previously unserviced areas, with four CFDCs created and with the expansion of the service areas of two existing CFDCs.

Genome Canada

$135 million

Objectives

The objective of this initiative is to enable Canada to become a world leader in selected areas of genomic research by bringing together consortia to deliver genomics research, technology platforms and major genomics projects. The elements include the following: 1) the conducting of major research projects in the sectors of health, agriculture, environment, forestry and fisheries; 2) the recruitment and development of the next generation of genomics scientists in Canada; and 3) the addressing of public concerns and increasing of public awareness about genomics research.

Results

For more information please visit **www.genomecanada.ca**

Information Highway Applications Branch (IHAB) Programs

Community Access Program

$28.9 million in 2001–02

SchoolNet

$11.2 million in 2001–02

Smart Communities

$14.4 million in 2001–02

Objectives

Community Access Program

The objective of this program is to provide all Canadians with affordable access to the Internet, as a means of ensuring that Canadians benefit from the global, knowledge-based economy and the opportunity to use its technologies, and specifically to establish universal public access sites in urban and rural communities across Canada.

Information Highway Applications Branch (IHAB) Programs (cont'd)

SchoolNet

The objective of this program is to facilitate the connectivity of all schools, including First Nations schools, and libraries to the Internet. By stimulating the use of the Internet in a learning environment, SchoolNet ensures that the tremendous potential of ICTs is harnessed for the benefit of all Canadian learners, enabling them to compete effectively in the new global, knowledge-based economy.

Smart Communities Program

The objectives of this program are the following:

- to assist communities in developing and implementing sustainable Smart Communities strategies;
- to create opportunities for learning through the sharing among communities of Smart activities, experiences and lessons learned; and
- to provide new business opportunities, domestically and internationally, for Canadian companies developing and delivering ICT applications and services.

Results

Community Access Program: results from this program can be found in Appendix A under "Connectedness" and at **cap.ic.gc.ca**

SchoolNet: results from this program can be found in Appendix A under "Connectedness" and at **schoolnet.ca**

Smart Communities Program: results from this program can be found in Appendix A under "Connectedness" and at **smartcommunities.ic.gc.ca**

Pierre Elliot Trudeau Foundation

$125 million grant

Objectives

To encourage promising young students to undertake advanced research in the humanities and human sciences by supporting up to 25 fellowships per year for doctoral and post-doctoral students.

Results

The endowment for the Pierre Elliot Trudeau Foundation was provided in March, 2002, and staffing of the organization has begun.

Shad International (Shad)

$6 million

Objectives

The government's $6–million grant will allow the Shad Valley program to develop leadership abilities, encourage science and technology skills, and identify entrepreneurial opportunities for youth.

Results

This public–private partnership has enabled Shad to begin:

- expanding its Shad Valley program from the current eight host universities to other interested, high-profile universities;
- increasing by more than 50 percent from the current 429 students accepted each year, regardless of their economic circumstances;
- strengthening its efforts to re-establish in Quebec and to restart its Francophone program;
- increasing the number of corporate partners who provide paid work terms for students by up to 50 percent; and
- reducing the cost to students who are eligible to enter the program.

Structured Financing Facility

$150 million

Objectives

Given the current international context in the shipbuilding and industrial marine industry sector, the Structured Financing Facility Program is a key component of the recently announced Canadian shipbuilding policy framework (A New Policy Framework for the Canadian Shipbuilding and Industrial Marine Industry — Focussing on Opportunities) to assist Canadian businesses in taking advantage of related market opportunities (including those in Canada), to promote investments in related competencies, and to assist innovation in key technologies.

Results

For more information please visit **strategis.gc.ca/SSG/I/sj00016e.html**

Technology Partnerships Canada

$319.57 million

Objectives

The objectives of the TPC program are the following:

- to increase economic growth and create jobs and wealth;
- to support sustainable development;
- to maintain and build the industrial technology and skill base essential to a knowledge-based economy;
- to encourage the development of SMEs in all regions of Canada;
- to encourage private sector investment;
- to manage the contributions so that all repayments are recycled into TPC, allowing for future growth;
- to manage the sharing ratios on TPC contributions, with a target of an average TPC sharing ratio of no more than 33 percent (with typical projects sharing ratios between 25 percent and 30 percent); and
- to take an investment approach through sharing in returns as well as in risks.

Results

For more information please visit **www.tpc.ic.gc.ca**

Additional results can be found on pages 12 and 58.

Information Highway Applications Branch (IHAB) Programs (cont'd)

SchoolNet

The objective of this program is to facilitate the connectivity of all schools, including First Nations schools, and libraries to the Internet. By stimulating the use of the Internet in a learning environment, SchoolNet ensures that the tremendous potential of ICTs is harnessed for the benefit of all Canadian learners, enabling them to compete effectively in the new global, knowledge-based economy.

Smart Communities Program

The objectives of this program are the following:

- to assist communities in developing and implementing sustainable Smart Communities strategies;
- to create opportunities for learning through the sharing among communities of Smart activities, experiences and lessons learned; and
- to provide new business opportunities, domestically and internationally, for Canadian companies developing and delivering ICT applications and services.

Results

Community Access Program: results from this program can be found in Appendix A under "Connectedness" and at **cap.ic.gc.ca**

SchoolNet: results from this program can be found in Appendix A under "Connectedness" and at **schoolnet.ca**

Smart Communities Program: results from this program can be found in Appendix A under "Connectedness" and at **smartcommunities.ic.gc.ca**

Pierre Elliot Trudeau Foundation

$125 million grant

Objectives

To encourage promising young students to undertake advanced research in the humanities and human sciences by supporting up to 25 fellowships per year for doctoral and post-doctoral students.

Results

The endowment for the Pierre Elliot Trudeau Foundation was provided in March, 2002, and staffing of the organization has begun.

Shad International (Shad)

$6 million

Objectives

The government's $6–million grant will allow the Shad Valley program to develop leadership abilities, encourage science and technology skills, and identify entrepreneurial opportunities for youth.

Results

This public–private partnership has enabled Shad to begin:

- expanding its Shad Valley program from the current eight host universities to other interested, high-profile universities;
- increasing by more than 50 percent from the current 429 students accepted each year, regardless of their economic circumstances;
- strengthening its efforts to re-establish in Quebec and to restart its Francophone program;
- increasing the number of corporate partners who provide paid work terms for students by up to 50 percent; and
- reducing the cost to students who are eligible to enter the program.

Structured Financing Facility

$150 million

Objectives

Given the current international context in the shipbuilding and industrial marine industry sector, the Structured Financing Facility Program is a key component of the recently announced Canadian shipbuilding policy framework (A New Policy Framework for the Canadian Shipbuilding and Industrial Marine Industry — Focussing on Opportunities) to assist Canadian businesses in taking advantage of related market opportunities (including those in Canada), to promote investments in related competencies, and to assist innovation in key technologies.

Results

For more information please visit **strategis.gc.ca/SSG/1/sj00016e.html**

Technology Partnerships Canada

$319.57 million

Objectives

The objectives of the TPC program are the following:

- to increase economic growth and create jobs and wealth;
- to support sustainable development;
- to maintain and build the industrial technology and skill base essential to a knowledge-based economy;
- to encourage the development of SMEs in all regions of Canada;
- to encourage private sector investment;
- to manage the contributions so that all repayments are recycled into TPC, allowing for future growth;
- to manage the sharing ratios on TPC contributions, with a target of an average TPC sharing ratio of no more than 33 percent (with typical projects sharing ratios between 25 percent and 30 percent); and
- to take an investment approach through sharing in returns as well as in risks.

Results

For more information please visit **www.tpc.ic.gc.ca**

Additional results can be found on pages 12 and 58.

FINANCIAL TABLE 7: Loans, Investments and Advances
Loans, Investments and Advances by Business Line

(millions of dollars)

Business Line	Actual 1999–2000	Actual 2000–01	Planned Spending 2001–02	Total Authorities 2001–02*	Actual 2001–02
Industry Sector Development	—	—	0.8	2.8	—
Total	**—**	**—**	**0.8**	**2.8**	**—**

* Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

FINANCIAL TABLE 8: Revolving Fund Financial Summaries
Canadian Intellectual Property Office (CIPO) Revolving Fund

(millions of dollars)

	Actual 1999–2000	Actual 2000–01	Planned Spending 2001–02	Total Authorities 2001–02*	Actual 2001–02
Revenues	70.9	72.5	81.0	81.0	77.3
Expenses	61.3	64.3	76.8	76.8	75.1
Profit or (Loss)	9.6	8.2	4.2	4.2	2.2
Items not requiring use of funds:					
Add: Amortization	14.4	14.7	12.8	12.8	12.5
Less: Amortization of deferred capital assistance	(6.4)	(6.4)	(6.4)	(6.4)	(6.4)
Changes in working capital	(0.8)	3.5	2.8	2.2	0.8
Investing activities: Acquisition of depreciable assets	(1.9)	(3.7)	(12.5)	(12.5)	(9.8)
Other items	3.1	1.4	0.0	(2.6)	7.5
Cash surplus (requirement)	**18.0**	**17.7**	**0.9**	**(2.3)**	**6.8**
Authority: cumulative surplus (drawn down)	**25.4**	**43.1**	**44.0**	**40.8**	**49.9**

Note: A "line of credit" of $15 million was approved as the maximum amount that may be drawn down from the Consolidated Revenue Fund (CRF) at any point in time.

* Total authorities are Main Estimates plus Supplementary Estimates plus other authorities.

FINANCIAL TABLE 9: Contingent Liabilities

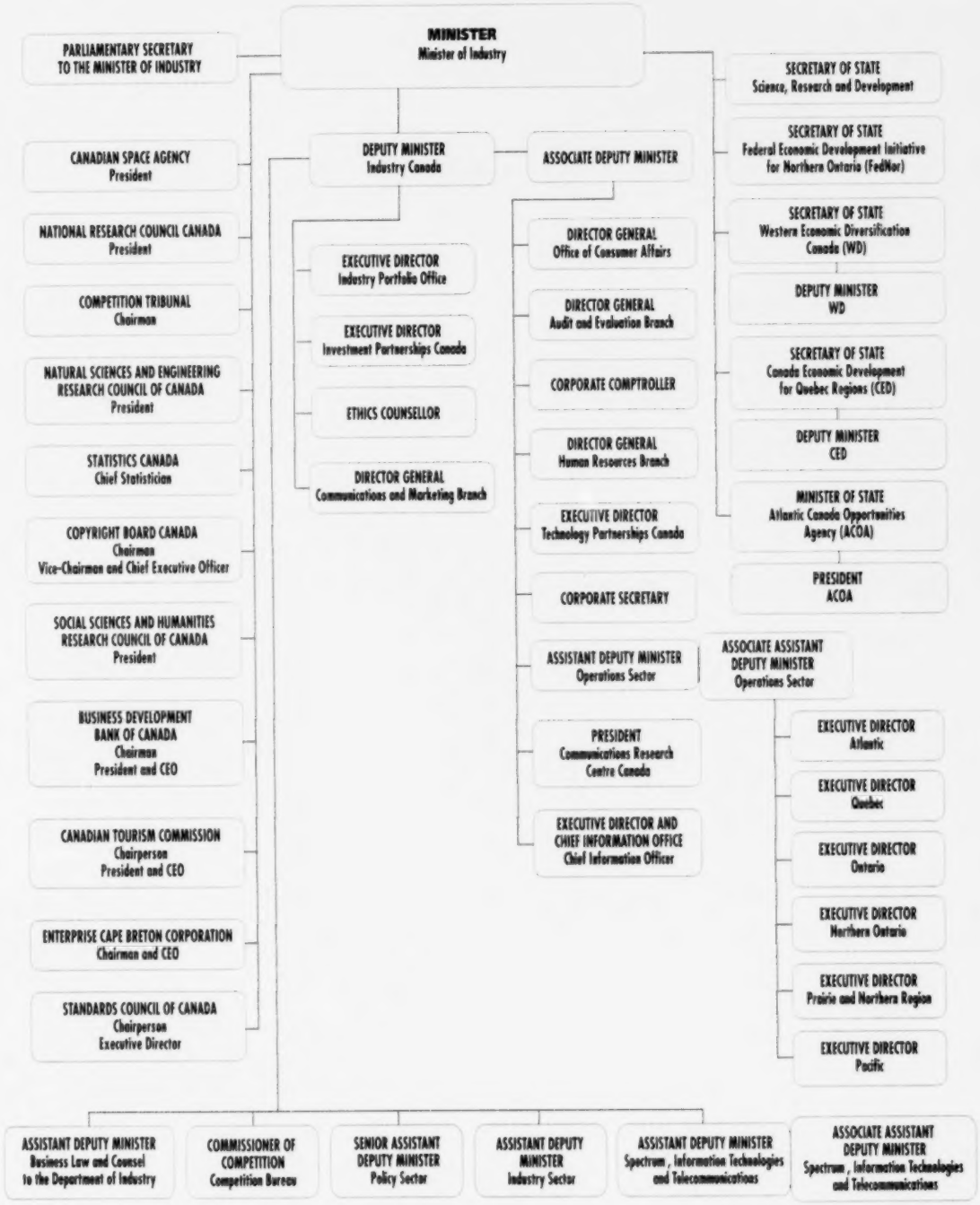
(millions of dollars)

List of Contingent Liabilities	Amount of Contingent Liability		
	March 31, 2000	March 31, 2001	Current as of March 31, 2002
Loan insurance and guarantees:			
- Enterprise Development Program	5.9	5.9	5.0
- *Small Business Loans Act*	959.5	830.9	696.1
- *Small Business Financing Act*	296.8	451.3	471.1
- Air Carriers Loan Guarantees (DHC-7 & 8)	324.4	310.7	301.3
- Supplemental Guarantee Program (DHC-8)	1.0	0.8	0.6
- Canadian Airlines Corporation	—	—	—
- Aboriginal Economic Program	5.1	4.6	10.6
- First Union Commercial Corporation	—	—	—
- *Regional Development Incentives Act*	58.8	64.0	64.7
- Algoma Steel Loan Guarantee	—	—	50.0
Subtotal	1,651.5	1,668.2	1,599.4
Claims and Pending and Threatened Litigation	251.0	252.7	253.1
Total	**1,902.5**	**1,920.9**	**1,852.5**

Section 5:

Other Information

5.1 Industry Portfolio Organizational Structure



M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Appendix A:

Detailed Activity Information

by Key Results Commitment (KRC)

INNOVATION: Improving Canada's innovation performance

KRC 1: Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors

Challenges to be addressed

Many Canadian organizations do not recognize that, in the knowledge-based economy, the development of innovation products and processes is key to success in the global marketplace.

Accomplishments

- In cooperation with HRDC, updated the Employers On-line site (**employers.gc.ca**), which also serves as the Human Resource Management (HRM) section of the Business Gateway (**hrmanagement.gc.ca**), an on-line information source for human resource issues.
- Sponsored the Canadian Manufacturers and Exporters (CME) "Best Practices in Lean Excellence" conference and workshop, and published and promoted *A Canadian Resource Guide for High Performance Manufacturing*, which champions a national lean manufacturing network in Canada.
- Launched the Innovation in Canada subportal on the BusinessGateway site (**businessgateway.ca**) to provide the business and scientific communities with information and tools to improve their innovation performance.
- Undertook analysis of the *Budget 1999* innovation strategy, the results of which were presented and discussed at a November 2001 international Innovation Research workshop organized by Industry Canada and Statistics Canada. The papers will be published in a book on understanding innovation in Canada, to be released in 2003.
- Held a conference on "Intellectual Property and Innovation in the Knowledge-based Economy" in Toronto in May 2001, which resulted in Industry Canada's literature survey on the impact of intellectual property rights on economic performance. (**www.innovationlaw.org/pages/1news.html**)
- Supported Globe 2002, a biennial trade fair and conference where environmental technologies and services were showcased to more than 1,750 delegates from more than 70 countries.
- Together with the industry, organized the Automotive Skills Strategy encompassing multiple initiatives including career marketing, customer relations management, technological education and non-technical skills development.

KRC 2: Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities

Challenges to be addressed

Canada ranks relatively low among industrialized nations in the amount of research performed, including by the private sector, where the performance of research is concentrated among relatively few firms.

Accomplishments

- Through the Technology Early Action Measures climate change program, helped industry to identify R&D projects that qualified for financial and technical support. Managed the Pre-Competitive Applied Research Network's (PRECARN) program aimed at stimulating precompetitive R&D, by fostering participation in international collaborative research projects in advanced network-based technologies and applications for intelligent systems. It resulted in 10 research projects totaling about $8.4 million for targeted sectors, including medical robotics and security. (**www.precarn.ca**)
- Investigated issues related to skills in the field of ICTs and to the contribution of highly qualified personnel to all sectors of the Canadian economy.
- Formed a consortium of Ottawa/Gatineau organizations involved in photonics research (**www.opra.ca**). The consortium is currently constructing a new integrated photonics research facility on the Communications Research Centre Canada campus.

Appendix A:

Detailed Activity Information

by Key Results Commitment (KRC)

INNOVATION: Improving Canada's innovation performance

KRC 1: Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors

Challenges to be addressed

Many Canadian organizations do not recognize that, in the knowledge-based economy, the development of innovation products and processes is key to success in the global marketplace.

Accomplishments

- In cooperation with HRDC, updated the Employers On-line site (**employers.gc.ca**), which also serves as the Human Resource Management (HRM) section of the Business Gateway (**hrmanagement.gc.ca**), an on-line information source for human resource issues.
- Sponsored the Canadian Manufacturers and Exporters (CME) "Best Practices in Lean Excellence" conference and workshop, and published and promoted *A Canadian Resource Guide for High Performance Manufacturing*, which champions a national lean manufacturing network in Canada.
- Launched the Innovation in Canada subportal on the BusinessGateway site (**businessgateway.ca**) to provide the business and scientific communities with information and tools to improve their innovation performance.
- Undertook analysis of the *Budget 1999* innovation strategy, the results of which were presented and discussed at a November 2001 international Innovation Research workshop organized by Industry Canada and Statistics Canada. The papers will be published in a book on understanding innovation in Canada, to be released in 2003.
- Held a conference on "Intellectual Property and Innovation in the Knowledge-based Economy" in Toronto in May 2001, which resulted in Industry Canada's literature survey on the impact of intellectual property rights on economic performance. (**www.innovationlaw.org/pages/1news.html**)
- Supported Globe 2002, a biennial trade fair and conference where environmental technologies and services were showcased to more than 1,750 delegates from more than 70 countries.
- Together with the industry, organized the Automotive Skills Strategy encompassing multiple initiatives including career marketing, customer relations management, technological education and non-technical skills development.

KRC 2: Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities

Challenges to be addressed

Canada ranks relatively low among industrialized nations in the amount of research performed, including by the private sector, where the performance of research is concentrated among relatively few firms.

Accomplishments

- Through the Technology Early Action Measures climate change program, helped industry to identify R&D projects that qualified for financial and technical support. Managed the Pre-Competitive Applied Research Network's (PRECARN) program aimed at stimulating precompetitive R&D, by fostering participation in international collaborative research projects in advanced network-based technologies and applications for intelligent systems. It resulted in 10 research projects totaling about $8.4 million for targeted sectors, including medical robotics and security. (**www.precarn.ca**)
- Investigated issues related to skills in the field of ICTs and to the contribution of highly qualified personnel to all sectors of the Canadian economy.
- Formed a consortium of Ottawa/Gatineau organizations involved in photonics research (**www.opra.ca**). The consortium is currently constructing a new integrated photonics research facility on the Communications Research Centre Canada campus.

- Provided management and technical support to Canadian SMEs about methane recovery from landfills, natural gas technology applications for transportation, and the use of these technologies in developing countries.
- In cooperation with Technology Partnerships Canada, significantly revised the Aerospace and Defence Technology Framework, identifying the need to focus innovative practices to improve performance and competitiveness. Eight critical aerospace technology areas were identified for joint strategic research and investment among industry, academia and government.

KRC 3: Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

Challenges to be addressed

In general, compared with our international competitors, Canada has a lower return on investment from the commercialization of research findings and adoption of new processes and technologies.

Accomplishments

- Communications Research Centre Canada supported SMEs with the broadcast industry's Digital Radio Roll-out Inc. (DRRI) by designing transmitters for the seamless coverage of the Québec City–Windsor corridor.
- Developed new methods for film and television program production to reduce costs.

KRC 4: Increased development and application of eco-efficient practices and technologies in Canada

Challenges to be addressed

Canadian organizations generally lag behind international competitors in terms of awareness, R&D performed, and eco-efficient practices and environmental technologies adopted.

Accomplishments

- Approved 22 genomics projects and platforms with Genome Canada's financial support of $135 million.
- Funded 14 university research infrastructure projects, valued at $34.5 million, through the Canada Foundation for Innovation in the fields of hydrology, environmental engineering, oceanography, evolution and ecology, soil science, and plant and tree biology.
- Advanced the adoption of eco-industrial design innovation among Canadian organizations through projects aimed at redesigning SME services and manufacturing practices; investigating ways of designing efficient industrial complexes; and supporting community partnerships integrating economic growth with ecological design.
- Contributed to the development of an environmental performance agreement among the auto parts manufacturing industry, Environment Canada, Industry Canada and Pollution Probe, to make the industry aware of toxic materials, and to urge voluntary efforts to reduce or eliminate such use.
- Completed a study entitled *Advanced Manufacturing Technologies for the Canadian Apparel Industry*, which analysed the feasibility of applying new technologies within the industry. Provided data for improving innovation adoption and identified required management skills.
- Sponsored the development of a Corporate Social Responsibility (CSR) benchmarking tool for industry and supported a survey of 20 countries to obtain comparative public views on CSR.
- Sponsored a study, *Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada*, and completed initial consultations with industry associations to increase awareness and stimulate more corporate sustainability reporting by Canadian industry.
- Under Trade Team Canada, encouraged companies to implement the adoption of technologies that enhance eco-efficiency and/or environmental performance.
- Collaborated with the Information Technology Association of Canada (ITAC) in the development of an industry action plan to recycle used computers and telecommunications equipment. (**www.itac.ca**)
- Developed a Canadian fuel cell capability guide in both electronic and hard-copy format. Supported assessments of bio-based environmental solutions and water technologies.
- Identified Canadian capabilities in the area of environmental software technologies.
- Participated in an interdepartmental project on developing sustainable transportation performance indicators.

CONNECTEDNESS: Making Canada the most connected country in the world

KRC 1: Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible

Challenges to be addressed

Not all Canadians have universal and affordable access to telecommunications services, the Internet, or new advanced systems and services. This contributes to a loss of economic and social opportunities, and to a digital divide.

Accomplishments

- Through the SchoolNet Web site, supplied links to more than 5,000 teacher-approved learning resources, making it easier for Canadian teachers and students to access an immense source of on-line resources. (**schoolnet.ca**)
- Since 1993, through the Computers for Schools (CFS) program, supplied 340,000 computers to schools and libraries, and hired more than 1,700 youth to refurbish computers. (**schoolnet.ca/cfs-ope**)
- Through VolNet, connected more than 11,000 voluntary organizations, trained more than 17,000 volunteers and subsidized the purchase of 8,725 computers. (**www.volnet.org**)
- Through the SchoolNet Network of Innovative Schools (NIS), funded 84 NIS schools (31 added in the 2001–02 fiscal year), encouraging the effective development and use of technology in the learning system. (**schoolnet.ca/nis-rei**)
- Made a number of frequency bands available for rural areas to foster advanced communications. Developed, patented and licensed new technologies and a series of products to assist Canadian companies in marketing new products internationally. (**www.crc.ca/fec**)
- Tested a Virtual Microwave Laboratory that led to funding from the Canadian Foundation for Innovation to deploy test centres across Canada to remotely control the testing of integrated microwave circuits. (**www.innovation.ca**)
- Held a public safety meeting to address issues on interoperability of communications systems among domestic agencies (e.g. RCMP, other police services, and emergency services, and between Canadian and American agencies).
- Issued a licence to Telesat Canada to develop and operate a C/Ku fixed-satellite service space station at the 118.7°W orbital position to provide basic and advanced telecommunication services to all regions of Canada, and interactive multimedia and Internet access.

Challenges to be addressed

Many rural and remote regions lack advanced infrastructure and may find the financial and technological hurdles difficult to overcome without the federal government's help.

Accomplishments

- Through the Community Access Program (CAP), completed approvals for the establishment of CAP sites, bringing the total network of sites to 8,800, and began the process of providing sustainability funding. (**cap.ic.gc.ca**)
- Invested over $3.6 million in 11 projects with Keewaytinook Okimakanak — a tribal council serving six remote First Nations communities north of Red Lake, Ontario. They have established digital microwave telecommunications transport to 11 remote First Nations, provided modern telephone exchanges, established computer networks among tribal council members, and are bringing Internet and video conference-based applications such as telemedicine and Internet-based high school to their communities. (**www.fednor.ic.gc.ca**)
- Created a new multidisciplinary research program to explore ways to cost-effectively deliver broadband services to remote and rural areas via wireless, satellite and wireline telecommunications. (**crc.ca/en/html/crc/research/initiatives/initiatives**)
- Provided expertise and installed satellite terminals at 12 communities as part of the Smart Labrador Projects. (**smartcommunities.ic.gc.ca/lab-launch_e.asp**)

- Provided management and technical support to Canadian SMEs about methane recovery from landfills, natural gas technology applications for transportation, and the use of these technologies in developing countries.
- In cooperation with Technology Partnerships Canada, significantly revised the Aerospace and Defence Technology Framework, identifying the need to focus innovative practices to improve performance and competitiveness. Eight critical aerospace technology areas were identified for joint strategic research and investment among industry, academia and government.

KRC 3: Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

Challenges to be addressed

In general, compared with our international competitors, Canada has a lower return on investment from the commercialization of research findings and adoption of new processes and technologies.

Accomplishments

- Communications Research Centre Canada supported SMEs with the broadcast industry's Digital Radio Roll-out Inc. (DRRI) by designing transmitters for the seamless coverage of the Québec City–Windsor corridor.
- Developed new methods for film and television program production to reduce costs.

KRC 4: Increased development and application of eco-efficient practices and technologies in Canada

Challenges to be addressed

Canadian organizations generally lag behind international competitors in terms of awareness, R&D performed, and eco-efficient practices and environmental technologies adopted.

Accomplishments

- Approved 22 genomics projects and platforms with Genome Canada's financial support of $135 million.
- Funded 14 university research infrastructure projects, valued at $34.5 million, through the Canada Foundation for Innovation in the fields of hydrology, environmental engineering, oceanography, evolution and ecology, soil science, and plant and tree biology.
- Advanced the adoption of eco-industrial design innovation among Canadian organizations through projects aimed at redesigning SME services and manufacturing practices; investigating ways of designing efficient industrial complexes; and supporting community partnerships integrating economic growth with ecological design.
- Contributed to the development of an environmental performance agreement among the auto parts manufacturing industry, Environment Canada, Industry Canada and Pollution Probe, to make the industry aware of toxic materials, and to urge voluntary efforts to reduce or eliminate such use.
- Completed a study entitled *Advanced Manufacturing Technologies for the Canadian Apparel Industry*, which analysed the feasibility of applying new technologies within the industry. Provided data for improving innovation adoption and identified required management skills.
- Sponsored the development of a Corporate Social Responsibility (CSR) benchmarking tool for industry and supported a survey of 20 countries to obtain comparative public views on CSR.
- Sponsored a study, *Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada*, and completed initial consultations with industry associations to increase awareness and stimulate more corporate sustainability reporting by Canadian industry.
- Under Trade Team Canada, encouraged companies to implement the adoption of technologies that enhance eco-efficiency and/or environmental performance.
- Collaborated with the Information Technology Association of Canada (ITAC) in the development of an industry action plan to recycle used computers and telecommunications equipment. (**www.itac.ca**)
- Developed a Canadian fuel cell capability guide in both electronic and hard-copy format. Supported assessments of bio-based environmental solutions and water technologies.
- Identified Canadian capabilities in the area of environmental software technologies.
- Participated in an interdepartmental project on developing sustainable transportation performance indicators.

CONNECTEDNESS: Making Canada the most connected country in the world

KRC 1: Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible

Challenges to be addressed

Not all Canadians have universal and affordable access to telecommunications services, the Internet, or new advanced systems and services. This contributes to a loss of economic and social opportunities, and to a digital divide.

Accomplishments

- Through the SchoolNet Web site, supplied links to more than 5,000 teacher-approved learning resources, making it easier for Canadian teachers and students to access an immense source of on-line resources. (**schoolnet.ca**)
- Since 1993, through the Computers for Schools (CFS) program, supplied 340,000 computers to schools and libraries, and hired more than 1,700 youth to refurbish computers. (**schoolnet.ca/cfs-ope**)
- Through VolNet, connected more than 11,000 voluntary organizations, trained more than 17,000 volunteers and subsidized the purchase of 8,725 computers. (**www.volnet.org**)
- Through the SchoolNet Network of Innovative Schools (NIS), funded 84 NIS schools (31 added in the 2001–02 fiscal year), encouraging the effective development and use of technology in the learning system. (**schoolnet.ca/nis-rei**)
- Made a number of frequency bands available for rural areas to foster advanced communications. Developed, patented and licensed new technologies and a series of products to assist Canadian companies in marketing new products internationally. (**www.crc.ca/fec**)
- Tested a Virtual Microwave Laboratory that led to funding from the Canadian Foundation for Innovation to deploy test centres across Canada to remotely control the testing of integrated microwave circuits. (**www.innovation.ca**)
- Held a public safety meeting to address issues on interoperability of communications systems among domestic agencies (e.g. RCMP, other police services, and emergency services, and between Canadian and American agencies).
- Issued a licence to Telesat Canada to develop and operate a C/Ku fixed-satellite service space station at the 118.7°W orbital position to provide basic and advanced telecommunication services to all regions of Canada, and interactive multimedia and Internet access.

Challenges to be addressed

Many rural and remote regions lack advanced infrastructure and may find the financial and technological hurdles difficult to overcome without the federal government's help.

Accomplishments

- Through the Community Access Program (CAP), completed approvals for the establishment of CAP sites, bringing the total network of sites to 8,800, and began the process of providing sustainability funding. (**cap.ic.gc.ca**)
- Invested over $3.6 million in 11 projects with Keewaytinook Okimakanak — a tribal council serving six remote First Nations communities north of Red Lake, Ontario. They have established digital microwave telecommunications transport to 11 remote First Nations, provided modern telephone exchanges, established computer networks among tribal council members, and are bringing Internet and video conference-based applications such as telemedicine and Internet-based high school to their communities. (**www.fednor.ic.gc.ca**)
- Created a new multidisciplinary research program to explore ways to cost-effectively deliver broadband services to remote and rural areas via wireless, satellite and wireline telecommunications. (**crc.ca/en/html/crc/research/initiatives/initiatives**)
- Provided expertise and installed satellite terminals at 12 communities as part of the Smart Labrador Projects. (**smartcommunities.ic.gc.ca/lab-launch_e.asp**)

Challenges to be addressed

Insufficient levels of digital literacy prevent Canadians from benefiting fully from the knowledge economy.

Accomplishments

- Through the SchoolNet GrassRoots program, funded the creation of 7,200 innovative on-line multimedia projects by K–12 students and teachers. More than 30,000 classroom projects have been fostered since 1996. (**schoolnet.ca/grassroots**)
- Through LearnCanada, provided broadband connectivity and developed collaborative learning tools for student peer-to-peer learning in a trial involving six school boards across Canada. (**www.learncanada.ca**)
- Installed and maintained satellite and local area network (LAN) equipment in 13 First Nations communities, and trained community individuals to use this technology.
- Through the Student Connection Program, provided e-commerce and Internet training to more than 18,000 businesses and seniors in the 2001–02 fiscal year, an achievement 20 percent over its target of 15,000. (**www.scp-ebb.com**)

KRC 2: A world-leading environment for electronic commerce

Challenges to be addressed

There is an ongoing need for leading-edge policies and processes that respond in a timely manner to challenges created by the evolution of the Internet and the new knowledge economy.

Accomplishments

- Secured $2.5 million in funding from CANARIE for the Electronic Commerce Council of Canada (ECCC) to further develop a national product registry for business-to-business commerce in Canada. The ECCC service is expected to create efficiencies by enabling e-commerce in the retail, pharmaceutical and food sectors of the Canadian economy. (**www.eccc.org/public/index.html**)
- Developed an Aerospace and Defence Technology Framework that provides a listing of critical aerospace technologies for stakeholders, and aims to increase communication and facilitate collaboration on those technologies critical to maintaining competitiveness. (**strategis.gc.ca/SSG/ad03627e.html?he=1**)
- In partnership with 18 industry associations in sectors such as retail, advanced manufacturing, supply chain management and logistics, developed an E-Commerce Overview Series, which involved identifying specific e-business challenges and barriers unique to specific sectors.

Challenges to be addressed

Businesses and consumers still lack confidence in the security and privacy of e-commerce transactions.

Accomplishments

- Augmented research on network security by forming a new project and complementary laboratory, involving the National Defence and the Communications Security Establishment, where work will focus on the detection and prevention of attacks on network infrastructures.
- Through the Student Connection Program, provided e-commerce services, including practical detailed information on Internet security. (**www.scp-ebb.com**)

Challenges to be addressed

Harmonization between countries in terms of legislation, policies and practices that promote the security and privacy of information must still be addressed.

Accomplishments

- Activated the Canadian Telecommunication Operation Centre in close cooperation with the Canadian Telecommunication Emergency Preparedness Association to exchange essential information and facilitate mutual aid responses between Canada and the United States. (**spectrum.ic.gc.ca/urgent/pacific/htms/ctepa.ppt**)

Challenges to be addressed

Businesses still lack awareness of the advantages of e-commerce, and consumers are slow to adopt e-commerce processes as a means of carrying out transactions.

Accomplishments

- Supported the work of the E-Business Opportunities Roundtable, which released its final report, entitled *Fast Forward 3.0: Maintaining the Momentum*, highlighting the achievements in championing the e-business initiatives and policy changes. (**www.ebusinessroundtable.ca**)
- Provided e-commerce training to SMEs through the Student Connection Program's *E-Commerce First Step* suite of services. From planning, evaluating and promoting a Web site to incorporating payment processes into on-line activities, E-Commerce First Step services help SMEs develop a greater understanding of how e-business can benefit them. (**www.scp-ebb.com**)
- Developed, published and distributed the E-Commerce Overview Series to more than 50,000 Canadian SMEs. The series profiles and benchmarks e-commerce use and adaptation. The retail council and private education sectors are deriving action plans and tool kits from the series.

Challenges to be addressed

There are too few Canadian suppliers of Internet-based e-commerce solutions, applications and services to satisfy the needs of the marketplace.

Accomplishments

- Expanded the E-Com solutions providers database and created the IT Security providers database, providing a one-stop source of computer-related services.

KRC 3: Canadian digital content and applications on-line maximized

Challenges to be addressed

There is a need for greater quantity and quality of multimedia applications, collections, information and services relating to Canada and Canadians. Specific challenges include the need for more community-based content, more French-language content and more on-line learning opportunities. This places Canada's Internet industries at serious risk of falling behind foreign competitors.

Accomplishments

- Established 12 Smart Communities Demonstration Projects which are up and running. More than 100 communities, covering 1.9 million people and 246 project partners, are involved. (**smartcommunities.ic.gc.ca**)
- Through SchoolNet Multimedia Learnware and Public Access Applications Program, provided about $2.4 million in matching funds for the development of 11 learnware projects. (**www.schoolnet.ca/funds**)
- Through Canada's Campus Connection, launched an on-line consortium of 75 post-secondary educational institutions and more than 2,000 on-line university and college courses. (**www.campusconnection.ca**)
- Provided Canada's Francophone communities with new and innovative ways to communicate and establish Francophone networks, through a total of 74 Francommunautés virtuelles projects (1998-2001). (**francommunautes.ic.gc.ca**)
- Through SkillNet.ca, registered more than 50,000 employers and 250,000 job seekers with the network. Each month an average of 10,000 new employers and job seekers register with SkillNet.ca sites. (**skillnet.ca**)
- Undertook a major initiative to enhance the Canadian Environmental Solutions (CES) tool to showcase Canadian companies that offer technologies and services addressing environmental problems associated with climate change. (**prods.businesscanada.ic.gc.ca/Ces_Web/_index_.cfm?target=english**)
- Developed a training module called *A Canadian Resource Guide for High Performance Manufacturing*, which resulted in an increased awareness of high-performance manufacturing within the government and private sector. (**strategis.gc.ca/SSG/at01177e.html**)
- Through the Canadian Biotechnology Clusters Web site, provided information for those interested in leading research activities (including technology transfer), company profiles, support mechanisms and investment opportunities in cities across the country. Accessed by both the private sector and other government departments, this site has assisted in describing provincial, municipal and Canadian company capabilities to potential foreign investors, and in identifying potential Canadian partners for these investors. (**strategis.gc.ca/SSG/ck00074e.html**)

Challenges to be addressed

Insufficient levels of digital literacy prevent Canadians from benefiting fully from the knowledge economy.

Accomplishments

- Through the SchoolNet GrassRoots program, funded the creation of 7,200 innovative on-line multimedia projects by K–12 students and teachers. More than 30,000 classroom projects have been fostered since 1996. (**schoolnet.ca/grassroots**)
- Through LearnCanada, provided broadband connectivity and developed collaborative learning tools for student peer-to-peer learning in a trial involving six school boards across Canada. (**www.learncanada.ca**)
- Installed and maintained satellite and local area network (LAN) equipment in 13 First Nations communities, and trained community individuals to use this technology.
- Through the Student Connection Program, provided e-commerce and Internet training to more than 18,000 businesses and seniors in the 2001–02 fiscal year, an achievement 20 percent over its target of 15,000. (**www.scp-ebb.com**)

KRC 2: A world-leading environment for electronic commerce

Challenges to be addressed

There is an ongoing need for leading-edge policies and processes that respond in a timely manner to challenges created by the evolution of the Internet and the new knowledge economy.

Accomplishments

- Secured $2.5 million in funding from CANARIE for the Electronic Commerce Council of Canada (ECCC) to further develop a national product registry for business-to-business commerce in Canada. The ECCC service is expected to create efficiencies by enabling e-commerce in the retail, pharmaceutical and food sectors of the Canadian economy. (**www.eccc.org/public/index.html**)
- Developed an Aerospace and Defence Technology Framework that provides a listing of critical aerospace technologies for stakeholders, and aims to increase communication and facilitate collaboration on those technologies critical to maintaining competitiveness. (**strategis.gc.ca/SSG/ad03627e.html?he=1**)
- In partnership with 18 industry associations in sectors such as retail, advanced manufacturing, supply chain management and logistics, developed an E-Commerce Overview Series, which involved identifying specific e-business challenges and barriers unique to specific sectors.

Challenges to be addressed

Businesses and consumers still lack confidence in the security and privacy of e-commerce transactions.

Accomplishments

- Augmented research on network security by forming a new project and complementary laboratory, involving the National Defence and the Communications Security Establishment, where work will focus on the detection and prevention of attacks on network infrastructures.
- Through the Student Connection Program, provided e-commerce services, including practical detailed information on Internet security. (**www.scp-ebb.com**)

Challenges to be addressed

Harmonization between countries in terms of legislation, policies and practices that promote the security and privacy of information must still be addressed.

Accomplishments

- Activated the Canadian Telecommunication Operation Centre in close cooperation with the Canadian Telecommunication Emergency Preparedness Association to exchange essential information and facilitate mutual aid responses between Canada and the United States. (**spectrum.ic.gc.ca/urgent/pacific/htms/ctepa.ppt**)

Challenges to be addressed

Businesses still lack awareness of the advantages of e-commerce, and consumers are slow to adopt e-commerce processes as a means of carrying out transactions.

Accomplishments

- Supported the work of the E-Business Opportunities Roundtable, which released its final report, entitled *Fast Forward 3.0: Maintaining the Momentum*, highlighting the achievements in championing the e-business initiatives and policy changes. (**www.ebusinessroundtable.ca**)
- Provided e-commerce training to SMEs through the Student Connection Program's *E-Commerce First Step* suite of services. From planning, evaluating and promoting a Web site to incorporating payment processes into on-line activities, E-Commerce First Step services help SMEs develop a greater understanding of how e-business can benefit them. (**www.scp-ebb.com**)
- Developed, published and distributed the E-Commerce Overview Series to more than 50,000 Canadian SMEs. The series profiles and benchmarks e-commerce use and adaptation. The retail council and private education sectors are deriving action plans and tool kits from the series.

Challenges to be addressed

There are too few Canadian suppliers of Internet-based e-commerce solutions, applications and services to satisfy the needs of the marketplace.

Accomplishments

- Expanded the E-Com solutions providers database and created the IT Security providers database, providing a one-stop source of computer-related services.

KRC 3: Canadian digital content and applications on-line maximized

Challenges to be addressed

There is a need for greater quantity and quality of multimedia applications, collections, information and services relating to Canada and Canadians. Specific challenges include the need for more community-based content, more French-language content and more on-line learning opportunities. This places Canada's Internet industries at serious risk of falling behind foreign competitors.

Accomplishments

- Established 12 Smart Communities Demonstration Projects which are up and running. More than 100 communities, covering 1.9 million people and 246 project partners, are involved. (**smartcommunities.ic.gc.ca**)
- Through SchoolNet Multimedia Learnware and Public Access Applications Program, provided about $2.4 million in matching funds for the development of 11 learnware projects. (**www.schoolnet.ca/funds**)
- Through Canada's Campus Connection, launched an on-line consortium of 75 post-secondary educational institutions and more than 2,000 on-line university and college courses. (**www.campusconnection.ca**)
- Provided Canada's Francophone communities with new and innovative ways to communicate and establish Francophone networks, through a total of 74 Francommunautés virtuelles projects (1998-2001). (**francommunautes.ic.gc.ca**)
- Through SkillNet.ca, registered more than 50,000 employers and 250,000 job seekers with the network. Each month an average of 10,000 new employers and job seekers register with SkillNet.ca sites. (**skillnet.ca**)
- Undertook a major initiative to enhance the Canadian Environmental Solutions (CES) tool to showcase Canadian companies that offer technologies and services addressing environmental problems associated with climate change. (**prods.businesscanada.ic.gc.ca/Ces_Web/_index_.cfm?target=english**)
- Developed a training module called *A Canadian Resource Guide for High Performance Manufacturing*, which resulted in an increased awareness of high-performance manufacturing within the government and private sector. (**strategis.gc.ca/SSG/at01177e.html**)
- Through the Canadian Biotechnology Clusters Web site, provided information for those interested in leading research activities (including technology transfer), company profiles, support mechanisms and investment opportunities in cities across the country. Accessed by both the private sector and other government departments, this site has assisted in describing provincial, municipal and Canadian company capabilities to potential foreign investors, and in identifying potential Canadian partners for these investors. (**strategis.gc.ca/SSG/ck00074e.html**)

Challenges to be addressed

Untapped opportunities exist for developing more multimedia skills and experiences in all parts of Canada and in all communities.

Accomplishments

- Through the VirtualClassroom Program, assisted broadband interaction between government agencies, such as the Canadian Space Agency, and grade school students across Canada, including First Nations schools. Broadband connectivity was provided using CA*net 3 and satellite technologies. (**www.crc.ca/en/html/crc/research/network/system_apps/virtualclassroom**)
- Licensed coverage estimation software (COV and COV-LAB) to Canadian broadcasters and consultants for the design and implementation of digital broadcasting systems.
- Licensed audio objective quality assessment software (SEAQ) to Canadian broadcasters and equipment manufacturers to design codecs and optimize digital broadcast channel use. (**www.crc.ca/en/html/aas/home/products/products**)

KRC 4: Expanded on-line delivery of key government services and information in an integrated way to businesses and consumers

Challenges to be addressed

All key government information and services are not yet available on-line.

Accomplishments

- Through SourceCAN, expanded services to include upwards of 11 domestic and international tenders on business opportunities. In addition, SourceCAN's Virtual Tradeshow (**www.sourcecan.com/E/sb1410.cfm**) was broadened by including education and training and environmental solutions on-line trade shows.
- Launched a new on-line initiative to provide bankruptcy trustees with the ability to file most consumer bankruptcies on-line.
- Identified 18 key departmental services that will be on-line by 2003.

Challenges to be addressed

Current on-line services and information need to be more accessible and user-friendly.

Accomplishments

- Concluded, through an evaluation of Strategis, that the Web site continues to receive more than 9 million hits per year. It was also found that the site is highly regarded by consumers and businesses as being accurate and impartial; that it has a unique breadth and scope of information and services; and that it impacts more than 65 percent of clients in a positive way (most significantly by saving time). The evaluation also highlighted areas for improving site navigation for both new and infrequent users, and reviewed ways to ensure that Strategis has a client-centred focus. (**strategis.gc.ca**)
- Through the Corporations Directorate, developed and promoted on-line filing, resulting in an increase in the percentage of *Canada Business Corporations Act* documents filed electronically, from 7 percent in 1999 to more than 40 percent at the end of 2001–02.
- Implemented the Virtual Radio Licence Initiative by shifting from a paper-based radio licence regime to a paperless, virtual platform, saving more than $250,000 in costs. (**strategis.gc.ca/SSG/sf05606e.html**)
- Through the Biotechnology Gateway, provided users with a rich variety of information products and services on all aspects of biotechnology through one centralized portal site which receives about 500,000 hits per year. (**strategis.gc.ca/bio**)
- Through the BusinessGateway, aligned business content with all provinces and territories, and offered multiple e-forms and services from different jurisdictions. For the first time, access to federal programs and services for businesses is compatible with software commonly used by persons with disabilities . (**www.businessgateway.ca**)

Challenges to be addressed

There is a need for greater coordination and linkage of services and information between various levels of government (federal, provincial/territorial and municipal).

Accomplishments

- Through the Biotechnology Regulatory Assistance Virtual Office (BRAVO), provided users with Canadian federal and provincial/territorial legislation and regulatory information relevant to biotechnology products and applicable functions, identifying gaps and duplication while linking regulatory directives administered by these two levels of government. (**bravo.ic.gc.ca**)

MARKETPLACE: Building a fair, efficient and competitive marketplace

KRC 1: A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class

Challenges to be addressed

Competition law must remain modern and progressive to effectively deal with increased international convergence and anticompetitive activities.

Accomplishments

- Brought amendments to the *Competition Act*. In March 1999, these amendments were proclaimed. The amendments included measures to protect Canadians against telemarketing fraud, protection for whistleblowers, and new tools for effective enforcement, such as the ability to conduct wiretaps. Examples of how Canadians have benefited from these amendments are included in KRC 2. Among the most positive changes was the amendment to the waiting periods for premerger notification. Amendments also streamlined and simplified the information required for merger notification, an initiative that has been applauded by businesses and the Canadian Bar Association, and one that has enabled the Competition Bureau to reduce turnaround times.
- In addition to these changes, the Competition Bureau has begun considering comments provided by the OECD in its Regulatory Reform Review, which looks at best practices and noted the need for additional resources for the Competition Bureau. Other recommendations included examining the scope of the Commissioner's decision-making independence, improving the consent order process, improving Competition Tribunal processes and improving section 45 of the Act, Conspiracy Provisions.

Challenges to be addressed

There is a need to expand the Canadian telecommunications infrastructure and to develop leading-edge telecommunications policies and processes that will promote and enable competition and innovation in the new, networked economy.

Accomplishments

- Developed and strengthened Canada's telecommunications policy frameworks through continued work on the lawful access policy framework, critical infrastructure protection, OECD guidelines on IT security, the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) work plan on privacy, the G8 Cyber-crime Convention, and Wassenaar regulations governing export controls on cryptography.
- Revised spectrum policy to accommodate consumer products such as digital cordless phones and high-speed wireless access, wireless LAN, and spectrum for military air-to-ground communications for both security and law enforcement services.
- Published an Exemption Order (National Defence and Security) to allow the Communication Security Establishment to lawfully decode encrypted programming signals or network feeds that are not available from a lawful Canadian distributor.

Challenges to be addressed

Framework legislation must adapt quickly to accommodate emerging technology and changing business practices related to measurement, and to enhance Canadians' ability to compete internationally.

Accomplishments

- In 2001–02, continued to harmonize Canada's rules and requirements with those of the international legal metrology community. Began work on replacing uniquely Canadian requirements for liquid measuring systems with the International Organization of Legal Metrology (OIML) R117. Technical specifications related to load cells and mass standards, and emulating international standards, were also issued for consultation. The adoption of internationally recognized standards, where appropriate, and the establishment of requirements that reflect emergent technology and changing marketplace dynamics will enhance Canadian industries' ability to compete in foreign markets. Domestically, this approach will increase business and consumer access to new and innovative measurement technology and services.

Challenges to be addressed

Untapped opportunities exist for developing more multimedia skills and experiences in all parts of Canada and in all communities.

Accomplishments

- Through the VirtualClassroom Program, assisted broadband interaction between government agencies, such as the Canadian Space Agency, and grade school students across Canada, including First Nations schools. Broadband connectivity was provided using CA*net 3 and satellite technologies. (**www.crc.ca/en/html/crc/research/network/system_apps/virtualclassroom**)
- Licensed coverage estimation software (COV and COV-LAB) to Canadian broadcasters and consultants for the design and implementation of digital broadcasting systems.
- Licensed audio objective quality assessment software (SEAQ) to Canadian broadcasters and equipment manufacturers to design codecs and optimize digital broadcast channel use. (**www.crc.ca/en/html/aas/home/products/products**)

KRC 4: Expanded on-line delivery of key government services and information in an integrated way to businesses and consumers

Challenges to be addressed

All key government information and services are not yet available on-line.

Accomplishments

- Through SourceCAN, expanded services to include upwards of 11 domestic and international tenders on business opportunities. In addition, SourceCAN's Virtual Tradeshow (**www.sourcecan.com/E/sb1410.cfm**) was broadened by including education and training and environmental solutions on-line trade shows.
- Launched a new on-line initiative to provide bankruptcy trustees with the ability to file most consumer bankruptcies on-line.
- Identified 18 key departmental services that will be on-line by 2003.

Challenges to be addressed

Current on-line services and information need to be more accessible and user-friendly.

Accomplishments

- Concluded, through an evaluation of Strategis, that the Web site continues to receive more than 9 million hits per year. It was also found that the site is highly regarded by consumers and businesses as being accurate and impartial; that it has a unique breadth and scope of information and services; and that it impacts more than 65 percent of clients in a positive way (most significantly by saving time). The evaluation also highlighted areas for improving site navigation for both new and infrequent users, and reviewed ways to ensure that Strategis has a client-centred focus. (**strategis.gc.ca**)
- Through the Corporations Directorate, developed and promoted on-line filing, resulting in an increase in the percentage of *Canada Business Corporations Act* documents filed electronically, from 7 percent in 1999 to more than 40 percent at the end of 2001–02.
- Implemented the Virtual Radio Licence Initiative by shifting from a paper-based radio licence regime to a paperless, virtual platform, saving more than $250,000 in costs. (**strategis.gc.ca/SSG/sf03606e.html**)
- Through the Biotechnology Gateway, provided users with a rich variety of information products and services on all aspects of biotechnology through one centralized portal site which receives about 500,000 hits per year. (**strategis.gc.ca/bio**)
- Through the BusinessGateway, aligned business content with all provinces and territories, and offered multiple e-forms and services from different jurisdictions. For the first time, access to federal programs and services for businesses is compatible with software commonly used by persons with disabilities . (**www.businessgateway.ca**)

Challenges to be addressed

There is a need for greater coordination and linkage of services and information between various levels of government (federal, provincial/territorial and municipal).

Accomplishments

- Through the Biotechnology Regulatory Assistance Virtual Office (BRAVO), provided users with Canadian federal and provincial/territorial legislation and regulatory information relevant to biotechnology products and applicable functions, identifying gaps and duplication while linking regulatory directives administered by these two levels of government. (**bravo.ic.gc.ca**)

MARKETPLACE: Building a fair, efficient and competitive marketplace

KRC 1: A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class

Challenges to be addressed

Competition law must remain modern and progressive to effectively deal with increased international convergence and anticompetitive activities.

Accomplishments

- Brought amendments to the *Competition Act*. In March 1999, these amendments were proclaimed. The amendments included measures to protect Canadians against telemarketing fraud, protection for whistleblowers, and new tools for effective enforcement, such as the ability to conduct wiretaps. Examples of how Canadians have benefited from these amendments are included in KRC 2. Among the most positive changes was the amendment to the waiting periods for premerger notification. Amendments also streamlined and simplified the information required for merger notification, an initiative that has been applauded by businesses and the Canadian Bar Association, and one that has enabled the Competition Bureau to reduce turnaround times.
- In addition to these changes, the Competition Bureau has begun considering comments provided by the OECD in its Regulatory Reform Review, which looks at best practices and noted the need for additional resources for the Competition Bureau. Other recommendations included examining the scope of the Commissioner's decision-making independence, improving the consent order process, improving Competition Tribunal processes and improving section 45 of the Act, Conspiracy Provisions.

Challenges to be addressed

There is a need to expand the Canadian telecommunications infrastructure and to develop leading-edge telecommunications policies and processes that will promote and enable competition and innovation in the new, networked economy.

Accomplishments

- Developed and strengthened Canada's telecommunications policy frameworks through continued work on the lawful access policy framework, critical infrastructure protection, OECD guidelines on IT security, the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) work plan on privacy, the G8 Cyber-crime Convention, and Wassenaar regulations governing export controls on cryptography.
- Revised spectrum policy to accommodate consumer products such as digital cordless phones and high-speed wireless access, wireless LAN, and spectrum for military air-to-ground communications for both security and law enforcement services.
- Published an Exemption Order (National Defence and Security) to allow the Communication Security Establishment to lawfully decode encrypted programming signals or network feeds that are not available from a lawful Canadian distributor.

Challenges to be addressed

Framework legislation must adapt quickly to accommodate emerging technology and changing business practices related to measurement, and to enhance Canadians' ability to compete internationally.

Accomplishments

- In 2001–02, continued to harmonize Canada's rules and requirements with those of the international legal metrology community. Began work on replacing uniquely Canadian requirements for liquid measuring systems with the International Organization of Legal Metrology (OIML) R117. Technical specifications related to load cells and mass standards, and emulating international standards, were also issued for consultation. The adoption of internationally recognized standards, where appropriate, and the establishment of requirements that reflect emergent technology and changing marketplace dynamics will enhance Canadian industries' ability to compete in foreign markets. Domestically, this approach will increase business and consumer access to new and innovative measurement technology and services.

Challenges to be addressed

Canada's patent term (for certain pre-1989 patents) is inconsistent with trade-related aspects of intellectual property rights.

Accomplishments

- Brought amendments to the *Patent Act*. Bill S-17, an Act to amend the *Patent Act*, received Royal Assent on June 14, 2001. The bill amends the *Patent Act* to implement the recent decision of the WTO relating to the term of patents filed before October 1, 1989. By meeting international obligations, Canada ensures that its patent regime remains modern and supportive of an innovative economy.

Challenges to be addressed

The *Bankruptcy and Insolvency Act* (BIA) and the *Companies' Creditors Arrangement Act* need to be reviewed to ensure continued efficient and fair redeployment of resources in corporate and consumer insolvencies.

Accomplishments

- The BIA amendments, which came into force in 1998, have prompted a continuous increase in the number of businesses and consumers choosing to file proposals as an alternative to bankruptcy. In 2001, commercial proposals rose by 18 percent, while consumer proposals rose by 8 percent in 2001 over the previous calendar year.
- Identified key policy issues which will serve as the basis for the Parliamentary review of the BIA in 2002–03. Examples of key policy issues include the balance between a debtor's right to a fresh start and the creditors' right to a fair return when possible, administrative issues arising from the growing number of consumer bankruptcies, and international insolvency issues.

Challenges to be addressed

Voluntary codes are required to protect and promote consumers' interests and supplement the legal framework.

Accomplishments

- Participated in the development of a draft ISO Complaints Handling standard which, if followed by firms, is likely to increase consumer satisfaction and confidence in those firms, improve feedback to firms concerning their products and services, and decrease the need for regulatory intervention.

Challenges to be addressed

Additional spectrum is required to accommodate the growth of mobile wireless services, to facilitate the implementation of new services and to offer local fixed telecommunication services.

Accomplishments

- Issued 52 licences by auction, for a total of $1.48 billion in revenue. The auction was conducted over the Internet, and the licensed spectrum will be used to bring the Internet and other communications services, such as e-mail and mobile commerce, closer to all Canadians.
- Ensured a very successful Marconi Wireless Vision Congress in St. John's in September 2001, by securing the participation of internationally recognized speakers and by participating in the development of the conference program.
- Led Canadian preparations for the World Radiocommunication Conference 2003 (WRC2003). Results included the acceptance of the Canadian proposals in all domestic forums. In addition, Canada produced the first version of an Inter-American Telecommunication Commission (CITEL) common proposal that reflects the interests of the majority of countries of the Americas.

KRC 2: A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures

Challenges to be addressed

There is a need to address increasing demand for intellectual property services, harmonization issues and rapid technological change.

Accomplishments

- Through the Canadian Intellectual Property Office (CIPO), increased e-commerce products and services by implementing e-filing for copyright and industrial design. CIPO is also implementing access to the TriNet, a collaborative network developed by Japan, Europe and the United States to share intellectual property information and services, which will lead to better examinations and improved delivery and efficiency of CIPO's products and services.
- Started preparatory work toward ratification of the Patent Law Treaty (PLT) and participation in Patent Cooperation Treaty (PCT) reform initiative, including a review of the impacts of PCT decisions on Canadian legislation. This will lead to the simplification and harmonization of administrative practices among intellectual property offices thereby encouraging the use of intellectual property systems, stimulating innovation and facilitating access by Canadians to foreign intellectual property offices. The Patent Law Treaty is expected to result in a clearer set of rules and solid benefits for applicants and owners, as well as their agents.

Challenges to be addressed

There is a need to deal effectively with anticompetitive behaviour in emerging industries and forums (e.g. the electronic marketplace), and a need for more timely and effective responses related to transnational mergers.

Accomplishments

- Through the Competition Bureau, laid charges against the directors, two administrators and seven telemarketers of two Montréal-based companies as a result of the successful use of wiretaps. One of the companies ceased operations after the Competition Bureau conducted a search of its premises for evidence. The OPP, PhoneBusters and the RCMP provided valuable assistance. Savings to consumers are estimated at $1.6 million.
- The Competition Bureau received more than 4,000 complaints related to unsolicited mailings that gave the appearance of being invoices from an existing service provider (such as Bell Canada or the Yellow Pages). The Bureau issued two public warnings and received cooperation from Canada Post to stop delivery of mail to and from the companies and individuals involved. Numerous charges have been laid and one individual pleaded guilty, and was fined $30,000 and ordered to dissolve his company. Expected savings to consumers from this Bureau enforcement activity are in the area of $1.3 million.

Challenges to be addressed

The growth in demand for services and an expansion of the sectors in which measurement occurs have resulted in less than the optimal protection against economic loss due to inaccurate measurement.

Accomplishments

- During the past 18 months, through Measurement Canada, conducted in-depth consultations with stakeholders in the downstream petroleum and electricity trade sectors. Their views were sought on the roles of government, service providers, businesses and consumers, how accurate and equitable measurement can be attained at a reasonable cost, without compromising the protection of consumers and other vulnerable parties. The implementation of the ensuing recommendations will shape how measurement accuracy is achieved and monitored in these two trade sectors. Results of trade sector reviews may be found at **www.mc.ic.gc.ca**

Challenges to be addressed

Canada's patent term (for certain pre-1989 patents) is inconsistent with trade-related aspects of intellectual property rights.

Accomplishments

- Brought amendments to the *Patent Act*. Bill S-17, an Act to amend the *Patent Act*, received Royal Assent on June 14, 2001. The bill amends the *Patent Act* to implement the recent decision of the WTO relating to the term of patents filed before October 1, 1989. By meeting international obligations, Canada ensures that its patent regime remains modern and supportive of an innovative economy.

Challenges to be addressed

The *Bankruptcy and Insolvency Act* (BIA) and the *Companies' Creditors Arrangement Act* need to be reviewed to ensure continued efficient and fair redeployment of resources in corporate and consumer insolvencies.

Accomplishments

- The BIA amendments, which came into force in 1998, have prompted a continuous increase in the number of businesses and consumers choosing to file proposals as an alternative to bankruptcy. In 2001, commercial proposals rose by 18 percent, while consumer proposals rose by 8 percent in 2001 over the previous calendar year.
- Identified key policy issues which will serve as the basis for the Parliamentary review of the BIA in 2002–03. Examples of key policy issues include the balance between a debtor's right to a fresh start and the creditors' right to a fair return when possible, administrative issues arising from the growing number of consumer bankruptcies, and international insolvency issues.

Challenges to be addressed

Voluntary codes are required to protect and promote consumers' interests and supplement the legal framework.

Accomplishments

- Participated in the development of a draft ISO Complaints Handling standard which, if followed by firms, is likely to increase consumer satisfaction and confidence in those firms, improve feedback to firms concerning their products and services, and decrease the need for regulatory intervention.

Challenges to be addressed

Additional spectrum is required to accommodate the growth of mobile wireless services, to facilitate the implementation of new services and to offer local fixed telecommunication services.

Accomplishments

- Issued 52 licences by auction, for a total of $1.48 billion in revenue. The auction was conducted over the Internet, and the licensed spectrum will be used to bring the Internet and other communications services, such as e-mail and mobile commerce, closer to all Canadians.
- Ensured a very successful Marconi Wireless Vision Congress in St. John's in September 2001, by securing the participation of internationally recognized speakers and by participating in the development of the conference program.
- Led Canadian preparations for the World Radiocommunication Conference 2003 (WRC2003). Results included the acceptance of the Canadian proposals in all domestic forums. In addition, Canada produced the first version of an Inter-American Telecommunication Commission (CITEL) common proposal that reflects the interests of the majority of countries of the Americas.

KRC 2: A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures

Challenges to be addressed

There is a need to address increasing demand for intellectual property services, harmonization issues and rapid technological change.

Accomplishments

- Through the Canadian Intellectual Property Office (CIPO), increased e-commerce products and services by implementing e-filing for copyright and industrial design. CIPO is also implementing access to the TriNet, a collaborative network developed by Japan, Europe and the United States to share intellectual property information and services, which will lead to better examinations and improved delivery and efficiency of CIPO's products and services.
- Started preparatory work toward ratification of the Patent Law Treaty (PLT) and participation in Patent Cooperation Treaty (PCT) reform initiative, including a review of the impacts of PCT decisions on Canadian legislation. This will lead to the simplification and harmonization of administrative practices among intellectual property offices thereby encouraging the use of intellectual property systems, stimulating innovation and facilitating access by Canadians to foreign intellectual property offices. The Patent Law Treaty is expected to result in a clearer set of rules and solid benefits for applicants and owners, as well as their agents.

Challenges to be addressed

There is a need to deal effectively with anticompetitive behaviour in emerging industries and forums (e.g. the electronic marketplace), and a need for more timely and effective responses related to transnational mergers.

Accomplishments

- Through the Competition Bureau, laid charges against the directors, two administrators and seven telemarketers of two Montréal-based companies as a result of the successful use of wiretaps. One of the companies ceased operations after the Competition Bureau conducted a search of its premises for evidence. The OPP, PhoneBusters and the RCMP provided valuable assistance. Savings to consumers are estimated at $1.6 million.
- The Competition Bureau received more than 4,000 complaints related to unsolicited mailings that gave the appearance of being invoices from an existing service provider (such as Bell Canada or the Yellow Pages). The Bureau issued two public warnings and received cooperation from Canada Post to stop delivery of mail to and from the companies and individuals involved. Numerous charges have been laid and one individual pleaded guilty, and was fined $30,000 and ordered to dissolve his company. Expected savings to consumers from this Bureau enforcement activity are in the area of $1.3 million.

Challenges to be addressed

The growth in demand for services and an expansion of the sectors in which measurement occurs have resulted in less than the optimal protection against economic loss due to inaccurate measurement.

Accomplishments

- During the past 18 months, through Measurement Canada, conducted in-depth consultations with stakeholders in the downstream petroleum and electricity trade sectors. Their views were sought on the roles of government, service providers, businesses and consumers, how accurate and equitable measurement can be attained at a reasonable cost, without compromising the protection of consumers and other vulnerable parties. The implementation of the ensuing recommendations will shape how measurement accuracy is achieved and monitored in these two trade sectors. Results of trade sector reviews may be found at **www.mc.ic.gc.ca**

Challenges to be addressed

There is a need for more efficient incorporation services in order to respond to an increasingly global, mobile and Internet-dependent marketplace.

Accomplishments

- Through the Corporations Directorate, achieved new efficiencies in services through successful regulatory reform, an award-winning e-business environment and improved communications. Client service standards were met, on average, more than 90 percent of the time.
- In June 2001, initiated a modernization project for the Newly Upgraded Automated Name Search (NUANS), a business and corporate name search process. This initiative makes NUANS directly available to Canadians by providing real-time searching over the Internet as of August 1, 2002. Benefits include reduced name search costs.

Challenges to be addressed

There is a need to examine market-based instruments that stimulate dynamic, private-sector involvement on both the supply and demand sides of environmental instruments.

Accomplishments

- Contributed to the Analysis and Modelling Group's work for the National Air Issues Coordinating Committee through the preparation of a paper on the possible growth opportunities arising from ratification of the Kyoto Accord.
- Analysed various strategies for reducing greenhouse gas emissions in Canadian industry, including the regional and sectoral costs and benefits of alternative policy scenarios. This analysis resulted in the development of a resource tool for departmental analysts who deal with environmental issues.
- Studied the targeting of costs for global emissions cutbacks in particular industries. The study assisted departmental analysts who deal with environmental issues.

Challenges to be addressed

As the marketplace experiences rapid changes in terms of its players, modes of operation and regulation, it is difficult for consumers to know how and where to seek redress from merchants, and to whom to turn for information regarding government programs and services.

Accomplishments

- Expanded the *Canadian Consumer Information Gateway* — an innovative Government On-Line initiative portal providing a single-window entry to consumer information — to include information from 40 federal departments and agencies, more than 250 provincial/territorial government partners, and more than 100 non-governmental partners. (**consumerinformation.ca**)

KRC 3: Confidence in the marketplace

Challenges to be addressed

There is a need to encourage invention, innovation and creativity in Canada through increased accessibility, awareness and exploitation of intellectual property information products and services.

Accomplishments

- The Canadian Intellectual Property Office (CIPO) completed the first stage of a Client Relationship Management initiative to assess existing products and services valued by clients and to assess scope for further improvements in both products and services. This initiative is helping CIPO develop new performance measures and enhanced services.
- Re-oriented CIPO's regional services in collaboration with key stakeholders with a focus on education and training of new partner groups so that they can better advise their clients on the proper use of intellectual property.
- CIPO has developed an intellectual property outreach framework and a strategic action plan, based on best practices, to provide vision and strategic direction for the development of a sustainable Outreach Program with the objective of increasing the awareness, knowledge and effective use of intellectual property by Canadians.

Challenges to be addressed

There is a need to increase understanding of the enforcement policy regarding the Abuse of Dominant Position (section 79) provisions of the *Competition Act*.

Accomplishments

- In response to the business and legal communities' concerns, released through the Competition Bureau, the new Enforcement Guidelines on the Abuse of Dominance under section 79 of the *Competition Act*. The guidelines provide businesses and Canadians with greater transparency and predictability in understanding the Bureau's enforcement policy on behalf of complainants participating in an increasingly integrated and complex marketplace. The guidelines will also lead to more sophisticated and better-developed complaints and put the Bureau in a better position to determine at an earlier stage whether enforcement action is warranted. This initiative is expected to lead to fewer frivolous or unfounded complaints, and increased awareness among businesses and consumers.

Challenges to be addressed

With the emergence of the electronic marketplace, clients are demanding faster on-line services related to incorporation.

Accomplishments

- Provided on-line services through the Corporations Directorate's award-winning e-business environment which received 80 percent or better client satisfaction levels for on-line services. Services include access to forms on-line, same-day incorporation, and secure e-payment 24 hours a day, 7 days a week.

Challenges to be addressed

Consumers are reluctant to engage in on-line purchasing (e-commerce) due to concerns about the reliability and integrity of on-line merchants, the adequacy of protection of personal information, security, redress, and delivery.

Accomplishments

- Developed the On-line Shopping Assistant, an interactive Web tool to aid consumers in conducting safe Internet shopping. Use of the Assistant by consumers is likely to increase their confidence that particular on-line merchants are reliable and will protect the consumers' privacy and security, increasing the chance that they will purchase from that merchant. (**strategis.gc.ca/sc_consu/consaffairs/engdoc/i_main.html**)
- Developed and distributed an on-line shopping guide, in cooperation with the federal-provincial-territorial Consumer Measures Committee, and the Canadian Association of Internet Providers. Use of the guide by consumers is likely to increase their confidence that particular on-line merchants are reliable and will protect consumers' privacy and security, increasing the likelihood that consumers will purchase from that merchant.

Challenges to be addressed

There is a need to help users control their Internet environment in dealing with lawful content that may be offensive. Consumer awareness of existing initiatives is also an issue.

Accomplishments

- Released the findings of the *Young Canadians in a Wired World* research project. The survey examined the extent to which Canadian youth are engaging in risky behaviours on the Internet and the positive impact that parental guidance and involvement can make. (**strategis.gc.ca/SSG/sf05382e.html**)
- Through the Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector (SITT), also collaborated with Scouts Canada, the RCMP and other government departments in funding an interactive safety program consisting of a training module, short video, interactive Web site and kit called "Be Bright, Think Right." The project targets children aged 5 to 11, and promotes sound Internet practices through an interactive questionnaire and scenarios that children face while surfing the Internet.

Challenges to be addressed

There is a need for more efficient incorporation services in order to respond to an increasingly global, mobile and Internet-dependent marketplace.

Accomplishments

- Through the Corporations Directorate, achieved new efficiencies in services through successful regulatory reform, an award-winning e-business environment and improved communications. Client service standards were met, on average, more than 90 percent of the time.
- In June 2001, initiated a modernization project for the Newly Upgraded Automated Name Search (NUANS), a business and corporate name search process. This initiative makes NUANS directly available to Canadians by providing real-time searching over the Internet as of August 1, 2002. Benefits include reduced name search costs.

Challenges to be addressed

There is a need to examine market-based instruments that stimulate dynamic, private-sector involvement on both the supply and demand sides of environmental instruments.

Accomplishments

- Contributed to the Analysis and Modelling Group's work for the National Air Issues Coordinating Committee through the preparation of a paper on the possible growth opportunities arising from ratification of the Kyoto Accord.
- Analysed various strategies for reducing greenhouse gas emissions in Canadian industry, including the regional and sectoral costs and benefits of alternative policy scenarios. This analysis resulted in the development of a resource tool for departmental analysts who deal with environmental issues.
- Studied the targeting of costs for global emissions cutbacks in particular industries. The study assisted departmental analysts who deal with environmental issues.

Challenges to be addressed

As the marketplace experiences rapid changes in terms of its players, modes of operation and regulation, it is difficult for consumers to know how and where to seek redress from merchants, and to whom to turn for information regarding government programs and services.

Accomplishments

- Expanded the *Canadian Consumer Information Gateway* — an innovative Government On-Line initiative portal providing a single-window entry to consumer information — to include information from 40 federal departments and agencies, more than 250 provincial/territorial government partners, and more than 100 non-governmental partners. (**consumerinformation.ca**)

KRC 3: Confidence in the marketplace

Challenges to be addressed

There is a need to encourage invention, innovation and creativity in Canada through increased accessibility, awareness and exploitation of intellectual property information products and services.

Accomplishments

- The Canadian Intellectual Property Office (CIPO) completed the first stage of a Client Relationship Management initiative to assess existing products and services valued by clients and to assess scope for further improvements in both products and services. This initiative is helping CIPO develop new performance measures and enhanced services.
- Re-oriented CIPO's regional services in collaboration with key stakeholders with a focus on education and training of new partner groups so that they can better advise their clients on the proper use of intellectual property.
- CIPO has developed an intellectual property outreach framework and a strategic action plan, based on best practices, to provide vision and strategic direction for the development of a sustainable Outreach Program with the objective of increasing the awareness, knowledge and effective use of intellectual property by Canadians.

Challenges to be addressed

There is a need to increase understanding of the enforcement policy regarding the Abuse of Dominant Position (section 79) provisions of the *Competition Act*.

Accomplishments

- In response to the business and legal communities' concerns, released through the Competition Bureau, the new Enforcement Guidelines on the Abuse of Dominance under section 79 of the *Competition Act*. The guidelines provide businesses and Canadians with greater transparency and predictability in understanding the Bureau's enforcement policy on behalf of complainants participating in an increasingly integrated and complex marketplace. The guidelines will also lead to more sophisticated and better-developed complaints and put the Bureau in a better position to determine at an earlier stage whether enforcement action is warranted. This initiative is expected to lead to fewer frivolous or unfounded complaints, and increased awareness among businesses and consumers.

Challenges to be addressed

With the emergence of the electronic marketplace, clients are demanding faster on-line services related to incorporation.

Accomplishments

- Provided on-line services through the Corporations Directorate's award-winning e-business environment which received 80 percent or better client satisfaction levels for on-line services. Services include access to forms on-line, same-day incorporation, and secure e-payment 24 hours a day, 7 days a week.

Challenges to be addressed

Consumers are reluctant to engage in on-line purchasing (e-commerce) due to concerns about the reliability and integrity of on-line merchants, the adequacy of protection of personal information, security, redress, and delivery.

Accomplishments

- Developed the On-line Shopping Assistant, an interactive Web tool to aid consumers in conducting safe Internet shopping. Use of the Assistant by consumers is likely to increase their confidence that particular on-line merchants are reliable and will protect the consumers' privacy and security, increasing the chance that they will purchase from that merchant. (**strategis.gc.ca/sc_consu/consaffairs/engdoc/i_main.html**)
- Developed and distributed an on-line shopping guide, in cooperation with the federal-provincial-territorial Consumer Measures Committee, and the Canadian Association of Internet Providers. Use of the guide by consumers is likely to increase their confidence that particular on-line merchants are reliable and will protect consumers' privacy and security, increasing the likelihood that consumers will purchase from that merchant.

Challenges to be addressed

There is a need to help users control their Internet environment in dealing with lawful content that may be offensive. Consumer awareness of existing initiatives is also an issue.

Accomplishments

- Released the findings of the *Young Canadians in a Wired World* research project. The survey examined the extent to which Canadian youth are engaging in risky behaviours on the Internet and the positive impact that parental guidance and involvement can make. (**strategis.gc.ca/SSG/sf05382e.html**)
- Through the Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector (SITT), also collaborated with Scouts Canada, the RCMP and other government departments in funding an interactive safety program consisting of a training module, short video, interactive Web site and kit called "Be Bright, Think Right." The project targets children aged 5 to 11, and promotes sound Internet practices through an interactive questionnaire and scenarios that children face while surfing the Internet.

INVESTMENT: Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

KRC 1: Improved domestic and international investment climate

Challenges to be addressed

There is a need to address real and perceived regulatory impediments to foreign and domestic investment (concerning the environment, marketplace, immigration, taxation and intellectual property) without compromising the public interest served by the regulations.

Accomplishments

- In priority sectors, contributed to the resolution of investment climate issues such as immigration (spousal work permits, expedited entry, temporary entry), taxation measures, including R&D, and highly qualified people challenges.
- In Industry Canada's role as administrator of the *Investment Canada Act*, efficiently reviewed 42 applications from foreign investors with the goal of ensuring their investments were of benefit to Canada. In addition, Industry Canada received 629 notifications from foreign investors establishing new businesses or acquiring Canadian businesses in Canada.

Challenges to be addressed

There is a need for better current knowledge and understanding of key impediments to investment resulting from government policies.

Accomplishments

- Developed information papers and slide presentations on key industry sectors, for the benefit of potential foreign investors and others wanting information on investing in Canada. (**www.investincanada.gc.ca**)

Challenges to be addressed

Stronger and more strategic partnerships are needed in dealing with the investment climate.

Accomplishments

- Partnered with a number of organizations through the Program for Export Market Development-Investment (PEMD-I), a financial assistance program to help Canadian communities become investment-ready. The "investment-ready" status encompasses comprehensive economic development strategies, long-term capacity building, community networking and job growth. PEMD-I received 235 applications, and approved 183, for a total approved assistance of $2.7 million, including $520,000 for 41 communities in British Columbia. (**www.invest-bc.com**)
- Consulted broadly with stakeholders and formed alliances with a broad range of provincial and municipal governments with an interest in public-private partnerships (PPP) procurement. Two new tools were developed: a how-to guide on conducting a public sector comparator, and a repository of contractual information. More than 500 Ontario public servants were trained on PPP using the Industry Canada curriculum.

KRC 2: Canada branded and recognized as an investment location of choice

Challenges to be addressed

Investors undervalue Canada's investment attributes; there is a lack of business awareness and consideration of Canada as an investment destination.

Accomplishments

- Developed an effective investment Web site, which has been re-engineered to comply with GOL standards. (**www.investincanada.gc.ca**)
- Created toolkits such as "Think Canada! Think Chemical!" "Think Canada! Think Aerospace!" and "Think Canada! Think Automotive!" along with a medical devices promotion deck.
- Participated in the BIO 2001 international biotechnology convention and exhibition to promote the opportunities within Canada and to raise the profile of the Canadian biotechnology industry.
- Measured the impact of major events such as BIO 2001, and Committee for Economic Development in New York City.
- Contributed to the development of Globe 2002, a biennial trade fair and conference that raises the profile of the Canadian environmental industry, where innovative environmental technologies, services, and solutions were showcased to more than 1,750 delegates from over 70 countries and from multiple industrial sectors, non-governmental organizations, and government institutions.

- Promoted Canada's success in fostering competition in telecommunications and new Internet services through leadership and participation in international telecommunications and new media forums in Europe, the Americas and Asia (e.g. the International Telecommunication Union, APEC, Inter-American Telecommunications Commission (CITEL), the OECD, the International Institute of Communications). Meetings were also held with leading regions and countries such as the European Union, the United States, the United Kingdom, France and Japan, and developing countries such as Mexico, China, Peru and Bolivia.

Challenges to be addressed

There is a lack of appropriate comparative information on Canadian investment opportunities provided by partners and others.

Accomplishments

- Provided financial support to KPMG for analysis and publications regarding specialty sectors such as the ICT, chemicals, plastic products, aerospace and automotive sectors.
- Sought branding initiatives through an e-branding event in New York City, the International Telecommunication Union Conference, KPMG's Competitive Alternatives, and other key national events and forums to highlight Canada as an investment location of choice.
- Showcased Canada's leadership in bridging the digital divide, through Canadian contribution to coordination of initiatives of the United Nations, the Connectivity Agenda of the Americas and the work of the G8.

Challenges to be addressed

Core messages are not consistently promoted by partners and others.

Accomplishments

- Developed and implemented a comprehensive ICT marketing and communication plan to convey the Canadian advantage to investors.

KRC 3: Increased attraction and retention of multinational investment in Canada

Challenges to be addressed

There is a need for greater investment into Canada by leading firms in key sectors.

Accomplishments

- Made potential multinational enterprise investors and their Canadian subsidiaries aware of the Canadian advantage — leading to new investment, retention and expansion activities — through the development of an investment strategy, identification of investment targets and the appointment of Company Relationship Managers for the target companies.
- Worked together with China World Best Group-Investment Partnerships Canada, Industry Canada and the provinces to deliver an investment program for company executives.
- Participated, with Investment Partnerships Canada, in helping influence an incoming mission of companies to consider Canada as a potential site to expand their wind power operations in April 2002.
- Successfully attracted and retained a high number of investments in the auto industry.

Challenges to be addressed

There is a need for re-investment by multinational firms operating in Canada.

Accomplishments

- Pursued ongoing communication with chief executive officers of multinational subsidiaries operating in Canada to ensure that the "Canada message" is delivered as strongly as possible within their corporations.
- Developed a strategy for multinational subsidiary companies within the life sciences sector to promote investment and commercial activity in Canada.

Challenges to be addressed

There is a need to develop a systematic and well-coordinated capacity to gather strategic and coherent business intelligence for serious prospective investors.

Accomplishments

- Developed a database of Canadian companies offering security technologies.
- Researched ICT clusters across the country to promote cluster capabilities in the international arena.

INVESTMENT: Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

KRC 1: Improved domestic and international investment climate

Challenges to be addressed

There is a need to address real and perceived regulatory impediments to foreign and domestic investment (concerning the environment, marketplace, immigration, taxation and intellectual property) without compromising the public interest served by the regulations.

Accomplishments

- In priority sectors, contributed to the resolution of investment climate issues such as immigration (spousal work permits, expedited entry, temporary entry), taxation measures, including R&D, and highly qualified people challenges.
- In Industry Canada's role as administrator of the *Investment Canada Act*, efficiently reviewed 42 applications from foreign investors with the goal of ensuring their investments were of benefit to Canada. In addition, Industry Canada received 629 notifications from foreign investors establishing new businesses or acquiring Canadian businesses in Canada.

Challenges to be addressed

There is a need for better current knowledge and understanding of key impediments to investment resulting from government policies.

Accomplishments

- Developed information papers and slide presentations on key industry sectors, for the benefit of potential foreign investors and others wanting information on investing in Canada. (**www.investincanada.gc.ca**)

Challenges to be addressed

Stronger and more strategic partnerships are needed in dealing with the investment climate.

Accomplishments

- Partnered with a number of organizations through the Program for Export Market Development-Investment (PEMD-I), a financial assistance program to help Canadian communities become investment-ready. The "investment-ready" status encompasses comprehensive economic development strategies, long-term capacity building, community networking and job growth. PEMD-I received 235 applications, and approved 183, for a total approved assistance of $2.7 million, including $520,000 for 41 communities in British Columbia. (**www.invest-bc.com**)
- Consulted broadly with stakeholders and formed alliances with a broad range of provincial and municipal governments with an interest in public-private partnerships (PPP) procurement. Two new tools were developed: a how-to guide on conducting a public sector comparator, and a repository of contractual information. More than 500 Ontario public servants were trained on PPP using the Industry Canada curriculum.

KRC 2: Canada branded and recognized as an investment location of choice

Challenges to be addressed

Investors undervalue Canada's investment attributes; there is a lack of business awareness and consideration of Canada as an investment destination.

Accomplishments

- Developed an effective investment Web site, which has been re-engineered to comply with GOL standards. (**www.investincanada.gc.ca**)
- Created toolkits such as "Think Canada! Think Chemical!" "Think Canada! Think Aerospace!" and "Think Canada! Think Automotive!" along with a medical devices promotion deck.
- Participated in the BIO 2001 international biotechnology convention and exhibition to promote the opportunities within Canada and to raise the profile of the Canadian biotechnology industry.
- Measured the impact of major events such as BIO 2001, and Committee for Economic Development in New York City.
- Contributed to the development of Globe 2002, a biennial trade fair and conference that raises the profile of the Canadian environmental industry, where innovative environmental technologies, services, and solutions were showcased to more than 1,750 delegates from over 70 countries and from multiple industrial sectors, non-governmental organizations, and government institutions.

- Promoted Canada's success in fostering competition in telecommunications and new Internet services through leadership and participation in international telecommunications and new media forums in Europe, the Americas and Asia (e.g. the International Telecommunication Union, APEC, Inter-American Telecommunications Commission (CITEL), the OECD, the International Institute of Communications). Meetings were also held with leading regions and countries such as the European Union, the United States, the United Kingdom, France and Japan, and developing countries such as Mexico, China, Peru and Bolivia.

Challenges to be addressed

There is a lack of appropriate comparative information on Canadian investment opportunities provided by partners and others.

Accomplishments

- Provided financial support to KPMG for analysis and publications regarding specialty sectors such as the ICT, chemicals, plastic products, aerospace and automotive sectors.
- Sought branding initiatives through an e-branding event in New York City, the International Telecommunication Union Conference, KPMG's Competitive Alternatives, and other key national events and forums to highlight Canada as an investment location of choice.
- Showcased Canada's leadership in bridging the digital divide, through Canadian contribution to coordination of initiatives of the United Nations, the Connectivity Agenda of the Americas and the work of the G8.

Challenges to be addressed

Core messages are not consistently promoted by partners and others.

Accomplishments

- Developed and implemented a comprehensive ICT marketing and communication plan to convey the Canadian advantage to investors.

KRC 3: Increased attraction and retention of multinational investment in Canada

Challenges to be addressed

There is a need for greater investment into Canada by leading firms in key sectors.

Accomplishments

- Made potential multinational enterprise investors and their Canadian subsidiaries aware of the Canadian advantage — leading to new investment, retention and expansion activities — through the development of an investment strategy, identification of investment targets and the appointment of Company Relationship Managers for the target companies.
- Worked together with China World Best Group-Investment Partnerships Canada, Industry Canada and the provinces to deliver an investment program for company executives.
- Participated, with Investment Partnerships Canada, in helping influence an incoming mission of companies to consider Canada as a potential site to expand their wind power operations in April 2002.
- Successfully attracted and retained a high number of investments in the auto industry.

Challenges to be addressed

There is a need for re-investment by multinational firms operating in Canada.

Accomplishments

- Pursued ongoing communication with chief executive officers of multinational subsidiaries operating in Canada to ensure that the "Canada message" is delivered as strongly as possible within their corporations.
- Developed a strategy for multinational subsidiary companies within the life sciences sector to promote investment and commercial activity in Canada.

Challenges to be addressed

There is a need to develop a systematic and well-coordinated capacity to gather strategic and coherent business intelligence for serious prospective investors.

Accomplishments

- Developed a database of Canadian companies offering security technologies.
- Researched ICT clusters across the country to promote cluster capabilities in the international arena.

- Constructed a Web-based investment data collection and reporting system on a pilot basis at IPC.
- Began developing a ranking system to identify companies with the greatest investment potential, as well as an internal lead project management system.

Challenges to be addressed

There is a need for stronger partnerships and better coordination of investment efforts among interested parties, including the public sector (at the federal, provincial/territorial and municipal levels), non-governmental organizations (e.g. universities and research institutions) and the private sector.

Accomplishments

- Formed Regional Trade Networks Investment Work Groups with provincial partners in Alberta and Saskatchewan, undertaking 10 collective work elements involving significant resources, people and time.
- Worked with provincial colleagues in Alberta, Ontario and Quebec, along with DFAIT, to organize and support an investment promotion campaign at a chemical industry event in San Antonio.

KRC 4: Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

Challenges to be addressed

There is a need to develop capacity at the community level to stimulate investment by SMEs and target groups, particularly in Northern and rural Ontario and among Aboriginal people.

Accomplishments

- Created a new northeastern Ontario Investment pool, providing 15 Community Futures Development Corporations (CFDCs) with greater loan capacity, while sharing risk and potential returns. Continued to support the Community Venture Capital Fund, an investment pool involving five CFDCs in southeastern Ontario.

Challenges to be addressed

SMEs and Aboriginal businesses continue to have difficulties in accessing financing.

Accomplishments

- Aboriginal Business Canada (ABC) builds capacity within Aboriginal business and financial organizations. In 2001–02, ABC provided about $7 million in support to Aboriginal Capital Corporations, and an additional $3 million to various Aboriginal business development organizations.

Challenges to be addressed

Business capacity is insufficient (e.g. in terms of marketing and promotion).

Accomplishments

- Raised awareness among small businesses in the Ontario region of government programs and services through four small business conferences and info fairs, reaching more than 2,000 entrepreneurs and small business owners. The region continues to enhance the client focus of these events by implementing on-line registration and an on-site electronic client feedback questionnaire. These quality improvement measures earned a Public Service Quality Certificate of Excellence as a demonstration of service improvement using on-line technology.
- Developed and delivered an Investment Preparedness Pilot Program in Winnipeg and Calgary. The program was delivered to 29 companies looking for investment funds between $500,000 and $5 million.
- Developed terms and conditions and began to offer the $150-million Structured Financing Facility, which is designed to provide competitive financing to purchasers of Canadian-built vessels who cannot use the current accelerated capital cost allowance.

Challenges to be addressed

The availability of venture capital is limited.

Accomplishments

- Organized missions in the IT sector to expose Canadian IT companies to Asian venture capitalists.

TRADE: Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

KRC 1: Secure market access maintained and improved

Challenges to be addressed

There is a need to enhance and secure market access and promote a positive investment environment for Canadian goods and services to international markets.

Accomplishments

- In December 2001, received Royal Assent for legislation to implement a Free Trade Agreement (FTA) with Costa Rica. In addition, over the past year, FTA negotiations were launched with Singapore, El Salvador, Guatemala, Honduras and Nicaragua.

Challenges to be addressed

There is a need to address the remaining tariff and non-tariff barriers, and to enhance international discipline in areas such as trade in services, investment, customs procedures, intellectual property, government procurement, standards, competition policy, labour, environment, subsidies and trade remedies.

Accomplishments

- Administered MOU's, joint declarations, and implementation arrangements to promote company capability, and to develop bilateral cooperative arrangements for enhancing Canadian products and technologies.

Challenges to be addressed

There is a need to facilitate cross-border trade and investment while addressing North American security concerns.

Accomplishments

- In December 2001, signed a declaration with the United States to create a Smart Border for the 21st century to enhance border security and facilitate the cross-border movement of goods and people.

Challenges to be addressed

There are various gaps in the harmonization of standards, policies and regulations.

Accomplishments

- Amended the Radiocommunication Regulations and promulgated the Telecommunication Apparatus Regulations to allow the implementation of Mutual Recognition Agreements (MRAs) with various countries. These MRAs will facilitate trade in ICT equipment by shortening time to the marketplace, and by reducing production and testing costs. As well, Industry Canada is now able to delegate private telecommunication certification bodies in Canada.
- Addressed tariff and non-tariff barriers with the APEC Telecommunications Working Group, and enhanced international discipline in areas such as trade in services, investment, customs procedures, intellectual property, government procurement, standards, competition policy, labour, environment and subsidies.
- Launched the China Building Code Committee, to address regulatory issues preventing access to the Chinese market for wood frame construction. Succeeded in getting approval by Chinese review committees for key sections of the Canadian two-by-four construction system.
- Worked with Transport Canada to sign the United Nations World Forum on Harmonization of Automotive Technical Standards.

Challenges to be addressed

Domestic market restrictions hamper a firm's ability to reach the critical mass required to succeed internationally, and place Canadian companies at a competitive disadvantage in their own market.

Accomplishments

- Officials from all senior levels of government across Canada agreed on a recommendation to the Committee on Internal Trade (CIT) Ministers regarding a proposed text to extend transparency and non-discrimination obligations to Crown corporations' large purchases, and on lists of Crown corporations that could be covered by these obligations.

- Constructed a Web-based investment data collection and reporting system on a pilot basis at IPC.
- Began developing a ranking system to identify companies with the greatest investment potential, as well as an internal lead project management system.

Challenges to be addressed

There is a need for stronger partnerships and better coordination of investment efforts among interested parties, including the public sector (at the federal, provincial/territorial and municipal levels), non-governmental organizations (e.g. universities and research institutions) and the private sector.

Accomplishments

- Formed Regional Trade Networks Investment Work Groups with provincial partners in Alberta and Saskatchewan, undertaking 10 collective work elements involving significant resources, people and time.
- Worked with provincial colleagues in Alberta, Ontario and Quebec, along with DFAIT, to organize and support an investment promotion campaign at a chemical industry event in San Antonio.

KRC 4: Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

Challenges to be addressed

There is a need to develop capacity at the community level to stimulate investment by SMEs and target groups, particularly in Northern and rural Ontario and among Aboriginal people.

Accomplishments

- Created a new northeastern Ontario Investment pool, providing 13 Community Futures Development Corporations (CFDCs) with greater loan capacity, while sharing risk and potential returns. Continued to support the Community Venture Capital Fund, an investment pool involving five CFDCs in southeastern Ontario.

Challenges to be addressed

SMEs and Aboriginal businesses continue to have difficulties in accessing financing.

Accomplishments

- Aboriginal Business Canada (ABC) builds capacity within Aboriginal business and financial organizations. In 2001–02, ABC provided about $7 million in support to Aboriginal Capital Corporations, and an additional $3 million to various Aboriginal business development organizations.

Challenges to be addressed

Business capacity is insufficient (e.g. in terms of marketing and promotion).

Accomplishments

- Raised awareness among small businesses in the Ontario region of government programs and services through four small business conferences and info fairs, reaching more than 2,000 entrepreneurs and small business owners. The region continues to enhance the client focus of these events by implementing on-line registration and an on-site electronic client feedback questionnaire. These quality improvement measures earned a Public Service Quality Certificate of Excellence as a demonstration of service improvement using on-line technology.
- Developed and delivered an Investment Preparedness Pilot Program in Winnipeg and Calgary. The program was delivered to 29 companies looking for investment funds between $500,000 and $5 million.
- Developed terms and conditions and began to offer the $150-million Structured Financing Facility, which is designed to provide competitive financing to purchasers of Canadian-built vessels who cannot use the current accelerated capital cost allowance.

Challenges to be addressed

The availability of venture capital is limited.

Accomplishments

- Organized missions in the IT sector to expose Canadian IT companies to Asian venture capitalists.

TRADE: Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

KRC 1: Secure market access maintained and improved

Challenges to be addressed

There is a need to enhance and secure market access and promote a positive investment environment for Canadian goods and services to international markets.

Accomplishments

- In December 2001, received Royal Assent for legislation to implement a Free Trade Agreement (FTA) with Costa Rica. In addition, over the past year, FTA negotiations were launched with Singapore, El Salvador, Guatemala, Honduras and Nicaragua.

Challenges to be addressed

There is a need to address the remaining tariff and non-tariff barriers, and to enhance international discipline in areas such as trade in services, investment, customs procedures, intellectual property, government procurement, standards, competition policy, labour, environment, subsidies and trade remedies.

Accomplishments

- Administered MOUs, joint declarations, and implementation arrangements to promote company capability, and to develop bilateral cooperative arrangements for enhancing Canadian products and technologies.

Challenges to be addressed

There is a need to facilitate cross-border trade and investment while addressing North American security concerns.

Accomplishments

- In December 2001, signed a declaration with the United States to create a Smart Border for the 21st century to enhance border security and facilitate the cross-border movement of goods and people.

Challenges to be addressed

There are various gaps in the harmonization of standards, policies and regulations.

Accomplishments

- Amended the Radiocommunication Regulations and promulgated the Telecommunication Apparatus Regulations to allow the implementation of Mutual Recognition Agreements (MRAs) with various countries. These MRAs will facilitate trade in ICT equipment by shortening time to the marketplace, and by reducing production and testing costs. As well, Industry Canada is now able to delegate private telecommunication certification bodies in Canada.
- Addressed tariff and non-tariff barriers with the APEC Telecommunications Working Group, and enhanced international discipline in areas such as trade in services, investment, customs procedures, intellectual property, government procurement, standards, competition policy, labour, environment and subsidies.
- Launched the China Building Code Committee, to address regulatory issues preventing access to the Chinese market for wood frame construction. Succeeded in getting approval by Chinese review committees for key sections of the Canadian two-by-four construction system.
- Worked with Transport Canada to sign the United Nations World Forum on Harmonization of Automotive Technical Standards.

Challenges to be addressed

Domestic market restrictions hamper a firm's ability to reach the critical mass required to succeed internationally, and place Canadian companies at a competitive disadvantage in their own market.

Accomplishments

- Officials from all senior levels of government across Canada agreed on a recommendation to the Committee on Internal Trade (CIT) Ministers regarding a proposed text to extend transparency and non-discrimination obligations to Crown corporations' large purchases, and on lists of Crown corporations that could be covered by these obligations.

Challenges to be addressed

The Agreement on Internal Trade does not cover a number of sectors, including energy and Crown corporations, and elements of the new economy.

Accomplishments

- Reached an agreement between federal officials and officials from all provinces and territories on a set of options for consideration by internal trade ministers on possible incorporation of an energy chapter in the Agreement on Internal Trade.

KRC 2: Export capability and preparedness

Challenges to be addressed

Potential exporters may not be aware of the benefits of exporting, or exporting practices and mechanisms.

Accomplishments

- Held 493 missions with more than 6,000 clients. These missions served to educate new exporters about practices, regulations, and so on, in order to make their first exporting experience easier.
- Through the Team Canada Inc Export Information Service, operated by the Canada Business Service Centres (CBSCs), handled more than 10,000 calls in 2001–02. Issues included export regulations, tariffs and logistics (34 percent); how to start exporting (20 percent); and market intelligence (17 percent). As a result, more than half of the callers indicated that they are now export-prepared or active exporters.

Challenges to be addressed

Smaller companies, particularly in the new, knowledge-intensive and environmental industries, have difficulty securing support when they attempt to expand into international markets.

Accomplishments

- Approved 522 Program for Export Market Development (PEMD) applications, for an approved assistance of $10.7 million. In this fiscal year, an estimated $170 million of business was influenced through PEMD assistance.

KRC 3: International market development

Challenges to be addressed

Canada needs to position itself as an advanced, high-technology economy and a high-quality, competitive, superior, and reliable source of supply in order for Canadian companies to compete effectively in international markets.

Accomplishments

- Launched SourceCAN (**www.sourcecan.com**), an on-line database of Canadian company capabilities that enables automated bid matching. International tender opportunities channelled through SourceCAN resulted in more than $100 million in export sales for Canadian companies in the 11 months ending in April 2002.

Challenges to be addressed

More Canadian companies need to recognize and act swiftly on foreign market opportunities. They need:

- information and intelligence on foreign markets and export opportunities that can help them make informed business decisions, access new markets, and secure greater export sales;
- appropriate contacts and networking opportunities that facilitate access to foreign markets; and
- an understanding of innovative approaches that can be used to develop international business.

Accomplishments

- Through Trade Team Canada Sectors, provided Canadian clients with on-line information and intelligence on foreign markets and business opportunities. For example, Trade Team Canada Electric Power Equipment and Services disseminated more than 500 business items to more than 350 companies in 2001–02.

KRC 4: A more coordinated and cohesive approach to international trade development

Challenges to be addressed

There is a need for more integrated Industry Canada trade development programs, for greater coordination and integration with the Department's partners through Team Canada Inc, and for better communication and marketing of Team Canada Inc partner services.

Accomplishments

- Through Team Canada Inc partnership, secured funding for a three-year collaborative effort for branding Canada at major trade events.

Challenges to be addressed

The Agreement on Internal Trade does not cover a number of sectors, including energy and Crown corporations, and elements of the new economy.

Accomplishments

- Reached an agreement between federal officials and officials from all provinces and territories on a set of options for consideration by internal trade ministers on possible incorporation of an energy chapter in the Agreement on Internal Trade.

KRC 2: Export capability and preparedness

Challenges to be addressed

Potential exporters may not be aware of the benefits of exporting, or exporting practices and mechanisms.

Accomplishments

- Held 493 missions with more than 6,000 clients. These missions served to educate new exporters about practices, regulations, and so on, in order to make their first exporting experience easier.
- Through the Team Canada Inc Export Information Service, operated by the Canada Business Service Centres (CBSCs), handled more than 10,000 calls in 2001–02. Issues included export regulations, tariffs and logistics (34 percent); how to start exporting (20 percent); and market intelligence (17 percent). As a result, more than half of the callers indicated that they are now export-prepared or active exporters.

Challenges to be addressed

Smaller companies, particularly in the new, knowledge-intensive and environmental industries, have difficulty securing support when they attempt to expand into international markets.

Accomplishments

- Approved 522 Program for Export Market Development (PEMD) applications, for an approved assistance of $10.7 million. In this fiscal year, an estimated $170 million of business was influenced through PEMD assistance.

KRC 3: International market development

Challenges to be addressed

Canada needs to position itself as an advanced, high-technology economy and a high-quality, competitive, superior, and reliable source of supply in order for Canadian companies to compete effectively in international markets.

Accomplishments

- Launched SourceCAN (**www.sourcecan.com**), an on-line database of Canadian company capabilities that enables automated bid matching. International tender opportunities channelled through SourceCAN resulted in more than $100 million in export sales for Canadian companies in the 11 months ending in April 2002.

Challenges to be addressed

More Canadian companies need to recognize and act swiftly on foreign market opportunities. They need:

- information and intelligence on foreign markets and export opportunities that can help them make informed business decisions, access new markets, and secure greater export sales;
- appropriate contacts and networking opportunities that facilitate access to foreign markets; and
- an understanding of innovative approaches that can be used to develop international business.

Accomplishments

- Through Trade Team Canada Sectors, provided Canadian clients with on-line information and intelligence on foreign markets and business opportunities. For example, Trade Team Canada Electric Power Equipment and Services disseminated more than 500 business items to more than 350 companies in 2001–02.

KRC 4: A more coordinated and cohesive approach to international trade development

Challenges to be addressed

There is a need for more integrated Industry Canada trade development programs, for greater coordination and integration with the Department's partners through Team Canada Inc, and for better communication and marketing of Team Canada Inc partner services.

Accomplishments

- Through Team Canada Inc partnership, secured funding for a three-year collaborative effort for branding Canada at major trade events.

Index

A

Aboriginal Business Loan Insurance Program · 49
Aboriginal Business Canada (ABC) · 24, 70
Aboriginal Business Development · 24, 36, 49, 70
Access to Capital · 36, 49, 51
Access to National Emergency Preparedness Information · 36
Achieving Excellence: Investing in People, Knowledge and Opportunity · 2, 4, 11, 14, 23
Agreement on Internal Trade · 26, 72

B

Bankruptcy and Insolvency Act (BIA) · 64
Bill S-11 · 18
Bill S-17 · 64
Biotechnology ADM's Coordinating Committee (BACC) · 37
Biotechnology Gateway · 62
Biotechnology Regulatory Assistance Virtual Office (BRAVO) · 62
Broadband · 2, 6, 14, 59, 60, 62, 64
Business Gateway · 29, 57

C

CA*net 4 · 12, 14, 36
Canada Business Corporations Act · 18, 62
Canada Business Service Centres (CBSCs) · 29, 72
Canada Co-operatives Act · 18
Canada Small Business Financing Act · 24
Canada's Digital Collections (CDC) · 15
Canada's Innovation Strategy · 1, 2, 4, 7, 11, 18
Canada's *Personal Information Protection and Electronic Documents Act (PIPEDA)* · 15
Canadian Biotechnology Strategy · 37
Canadian Consumer Information Gateway · 19, 29, 66
Canadian E-Business Initiative · 38
Canadian Institute for Advanced Research · 49
Canadian Intellectual Property Office (CIPO) · 18, 20, 44, 54, 65, 66
Canadian Manufacturers and Exporters (CME) · 41, 57
Canadian Youth Business Foundation (CYBF) · 50
CANARIE · 14, 50, 60
Canshare · 37
Climate Change Technology Roadmaps · 11, 38
Community Access Program (CAP) · 14, 51, 52, 59
Community Access Program Youth Initiative (CAP YI) · 15
Community Futures Development Corporations (CFDCs) · 24, 29, 51, 70
Community Futures Program · 51
Community Venture Capital Fund · 70
Companies' Creditors Arrangement Act · 64
Competition Act · 21, 63, 67
Competition Bureau · 18, 19, 20, 21, 30, 43, 63, 65, 67
Competition Tribunal · 1, 19, 63, 65
Competitive Implications of Ratifying the Kyoto Protocol · 38
Computers for Schools (CFS) · 15, 59
Connectedness Index · 6
Connecting Canadians · 6, 14, 16
Corporations Directorate · 18, 62, 66, 67

D

Disposable income per capita · 3

E

Eco-Efficiency · 4, 13, 34, 35, 36, 58

F

Federal Economic Development Initiative for Northern Ontario (FedNor) · 24, 29, 50, 51
Financial Information Strategy (FIS) · 33, 47
Foreign Direct Investment (FDI) · 7, 8
Free Trade Agreement (FTA) · 71
Free Trade of Americas Agreement · 25

G

G8 DOT Force · 39
Genome Canada · 35, 46, 48, 51, 58
Government On-Line (GOL) · 16, 17, 28, 29, 66, 68
Gross Domestic Product (GDP) · 3, 8

H

Human Development Index · 3

I

Immigration and Refugee Protection Act · 22
Industry Canada Corporations Directorate (ICCD) · 29
Information and Communications Technologies (ICTs) · 6, 15, 17, 22, 40, 52, 57
Information Highway Applications Branch · 34, 51, 52
Information Highway Science and Entrepreneurship Camps (ISE Camps) · 15
Innovation Strategy · 1, 2, 4, 7, 11, 18, 57
Intellectual property · 7, 20, 37, 57, 64, 65, 66, 68, 71
Intelligent Buildings TRM · 39
International Business Opportunities Centre (IBOC) · 27, 41
International Trade Centres (ITCs) · 26, 27
Investment Partnerships Canada (IPC) · 2, 22, 23, 24, 69, 70

K

Knowledge Matters: Skills and Learning for Canadians · 4, 11
Kyoto Accord · 66
Kyoto Protocol · 38

L

Lawful Access · 39, 40, 63
LearnCanada · 60

M

Market Access · 8, 25, 71
Marketplace Framework Policy Branch · 18
Marketplace Service Organizations (MSOs) · 2, 7, 18, 20
Measurement Canada · 18, 30, 65
Modern Comptrollership Capacity Assessment · 28, 30
Modern Comptrollership Initiative (MCI) · 28

N

NetCorps Canada International (NCI) · 15

O

Office of Consumer Affairs · 18, 43
Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada (OSB) · 18, 19
Output per capita · 3

P

Patent Act · 64
Patent Cooperation Treaty (PCT) · 65
Patent Law Treaty (PLT) · 65
Pathways to Growth · 13
PhoneBusters · 21, 37, 65
Pierre Elliot Trudeau Foundation · 52
Pre-Competitive Applied Research Network's (PRECARN) · 57
Program for Export Market Development (PEMD) · 72
Program for Export Market Development-Investment (PEMD-I) · 68
Project Emptor · 40

R

Research and Development (R&D) · 1, 5, 7, 8, 12, 13, 57, 58, 68
Radiocommunication Regulations — Non-Broadcast Radio Licensing Fee Reform · 34
Results for Canadians: Canadians: A Management Framework for the Government of Canada · 28, 29

S

SchoolNet · 14, 15, 40, 51, 52, 59, 60, 61
SchoolNet GrassRoots Program · 40, 60
SchoolNet's Youth Employment Initiative (SchoolNet YI) · 15
Shad International · 52
SkillNet · 15, 40, 41, 61
Small and Medium-Size Enterprises (SMEs) · 10, 12, 13, 15, 16, 21, 24, 25, 26, 37, 41, 53, 57, 61, 70

Smart Communities Program · 52
SourceCAN · 16, 41, 62, 72
Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector (SITT) · 18, 19, 43, 61
Speech from the Throne · 4
Strategis · 16, 28, 62
Structured Financing Facility · 53, 70
Student Connection Program (SCP) · 15, 41, 60, 61
Sustainable Cities Initiative · 26
Sustainable development · 3, 4, 8, 10, 12, 13, 34, 35, 36, 53
Sustainable Development Strategy · 4, 34, 36

T

Team Canada · 22, 24, 27, 58, 72
Team Canada Inc. · 27, 42, 72
Team Trade Canada Sectors (TTCSs) · 27
Technology Partnerships Canada · 12, 35, 42, 53, 58
Technology Roadmapping (TRM) · 35, 38, 39, 42
Think Canada! · 68

V

VolNet · 59

Y

Youth Employment Strategy (YES) · 15

BUDGET DES DÉPENSES

Industrie Canada

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2002

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commençant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le Rapport sur le rendement met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2002

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

No de catalogue BT31-4/45-2002
ISBN 0-660-62118-5

Avant-propos

Au printemps 2000, la présidente du Conseil du Trésor a déposé au Parlement le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Ce document expose clairement les mesures qu'entend prendre le gouvernement pour améliorer et moderniser les pratiques de gestion des ministères et organismes fédéraux.

En ce début de millénaire, l'approche utilisée par le gouvernement pour offrir ses programmes et services aux Canadiens et aux Canadiennes se fonde sur quatre engagements clés en matière de gestion. Tout d'abord, les ministères et les organismes doivent reconnaître que leur raison d'être est de servir la population canadienne et que tous leurs programmes, services et activités doivent donc être « axés sur les citoyens ». Deuxièmement, le gouvernement du Canada s'engage à gérer ses activités conformément aux valeurs les plus élevées de la fonction publique. Troisièmement, dépenser de façon judicieuse, c'est dépenser avec sagesse dans les secteurs qui importent le plus aux Canadiens et aux Canadiennes. En dernier lieu, le gouvernement du Canada entend mettre l'accent sur les résultats, c'est-à-dire sur les impacts et les effets des programmes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats, par l'entremise des ministres, au Parlement et aux citoyens. Les ministères et les organismes sont invités à rédiger leurs rapports en appliquant certains principes. Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats - soit les avantages dévolus aux Canadiens et aux Canadiennes et à la société canadienne - et il doit refléter ce que l'organisation a pu contribuer à ces résultats. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte ainsi que décrire les risques et les défis auxquels le ministère a été exposé en répondant aux attentes sur le rendement. Le rapport doit aussi rattacher le rendement aux engagements antérieurs, tout en soulignant les réalisations obtenues en partenariat avec d'autres organisations gouvernementales et non-gouvernementales. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

Par l'intermédiaire des rapports sur le rendement, les ministères et organismes visent à répondre au besoin croissant d'information des parlementaires et des Canadiens et des Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les parlementaires et les autres lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer la qualité de ces rapports. Nous invitons donc tous les lecteurs à évaluer le rendement d'une institution gouvernementale en se fondant sur les principes précités et à lui fournir des commentaires en vue du prochain cycle de planification.

Le présent rapport peut être consulté par voie électronique sur le Site web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante : http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp

Les observations ou les questions peuvent être adressées à l'organisme suivant :

Direction de la gestion axée sur les résultats
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
L'Esplanade Laurier
Ottawa (Ontario) K1A 0R5

OU à l'adresse Web suivante : rma-mrr@tbs-sct.gc.ca

Industrie Canada
Industry Canada

Industrie Canada

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2002

Ministre de l'Industrie

Table des matières

Section 1 Message du Ministre pour le Portefeuille 1

Section 2 Rendement du Ministère 3

2.1 La raison d'être d'Industrie Canada : stimuler l'essor économique 3

Contexte sociétal 3

La contribution d'Industrie Canada au Programme 4

Innovation 5

Connectivité 5

Marché 7

Investissement 7

Commerce 8

2.2 Le partenariat, la voie du succès 9

2.3 Renseignements financiers 9

2.4 Tableau des priorités d'Industrie Canada 10

2.5 Réalisations en matière de rendement 11

Innovation 11

Connectivité 15

Marché 19

Investissement 23

Commerce 27

2.6 Rapports sur les autres thèmes gouvernementaux et questions de gestion 30

Modernisation de la fonction de contrôleur 30

Gouvernement en direct 30

Offre de services axée sur les citoyens 31

Milieu de travail exemplaire 32

Article 41 de la *Loi sur les langues officielles* 34

Section 3 Présentation d'information consolidée 35

3.1 Gestion du matériel 35

3.2 Achats et marchés 35

3.3 Initiatives réglementaires 36

3.4 Stratégie de développement durable 36

3.5 Résultats horizontaux 38

Section 4 Rendement financier 46

4.1 Affectation des ressources selon les objectifs stratégiques 46

4.2 Tableaux financiers récapitulatifs 47

Section 5 Renseignements supplémentaires 59

5.1 Organigramme du Portefeuille de l'Industrie 59

Appendice A Renseignements détaillés sur les activités 60

Index 79

Section 1

Message du Ministre pour le Portefeuille

L'aube du XXI[e] siècle a été témoin du développement de l'économie mondiale du savoir. Depuis les dix dernières années, le gouvernement du Canada travaille à créer des conditions propices aux Canadiens et aux Canadiennes afin qu'ils soient bien placés et possèdent les outils et les compétences nécessaires pour saisir les possibilités qu'offre la nouvelle économie.

Le gouvernement a d'abord résorbé le déficit et assaini les finances publiques, puis il a consenti d'importantes réductions d'impôt aux sociétés et aux particuliers et simplifié l'administration fédérale. Au cours de la dernière décennie, le Canada s'est également doté d'une infrastructure de recherche et de développement (R-D) impressionnante et est devenu l'un des pays les plus branchés du monde. Il est maintenant le chef de file mondial en ce qui concerne l'accès par personne aux technologies de l'information et à Internet.

Aujourd'hui, nous voyons les retombées de ces investissements. Notre succès peut se mesurer par le fait que nous avons le taux de croissance le plus rapide des pays du G7 en ce qui a trait notamment aux dépenses en R-D du secteur privé, aux demandes de brevets à l'étranger, à l'intensité de la R-D et au nombre de travailleurs affectés à la R-D.

Cependant, dans cette course mondiale, nous ne pouvons nous reposer sur nos lauriers. C'est pourquoi, en février 2002, le gouvernement a lancé la *Stratégie d'innovation du Canada*. Cette stratégie vise à favoriser une culture d'innovation au Canada, à améliorer la qualité de vie des Canadiens et à faire en sorte que la feuille d'érable soit synonyme d'excellence dans le monde.

La *Stratégie d'innovation du Canada* présente des possibilités dans quatre domaines clés : créer de nouvelles connaissances et commercialiser ces idées rapidement et efficacement, faire en sorte que le Canada possède suffisamment de personnes hautement qualifiées pour faire face à la concurrence à l'échelle mondiale, moderniser nos politiques d'affaires et de réglementation afin de promouvoir l'entrepreneuriat, et soutenir l'innovation à l'échelle locale afin que nos collectivités continuent d'attirer des investissements et des débouchés.

Les membres du Portefeuille de l'Industrie :

- Agence de promotion économique du Canada atlantique
- Agence spatiale canadienne
- Banque de développement du Canada*
- Commission canadienne du tourisme*
- Commission du droit d'auteur du Canada
- Conseil canadien des normes*
- Conseil de recherches en sciences humaines du Canada
- Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada
- Conseil national de recherches du Canada
- Développement économique Canada pour les régions du Québec
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Industrie Canada
- Société d'expansion du Cap-Breton*
- Statistique Canada
- Tribunal de la concurrence

* Organisme non tenu de soumettre un rapport sur le rendement.

Pour mettre au point cette stratégie, nous parlons aux Canadiens d'un bout à l'autre du pays afin de dresser un plan d'action pour la prochaine décennie. La *Stratégie d'innovation du Canada* n'est pas un programme du gouvernement : elle fait appel à la collaboration de tous les secteurs de l'économie afin d'atteindre des objectifs ambitieux pour l'avenir. Le plan d'action proposera des façons dont le gouvernement, le monde des affaires, le milieu universitaire et les collectivités pourront atteindre les objectifs nationaux.

Le portefeuille de l'Industrie, composé de 15 ministères et organismes, est un important outil de promotion de l'innovation au Canada. Industrie Canada joue un rôle clé au sein du portefeuille de l'Industrie. Je suis donc heureux de présenter le rapport sur le rendement d'Industrie Canada pour 2001–2002.

Industrie Canada vise cinq objectifs stratégiques : améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation; faire du Canada le pays le plus branché du monde; créer un marché juste, efficace et concurrentiel; améliorer la position du Canada comme lieu d'investissement de choix; accroître la part du Canada dans le commerce mondial. Voici les principaux travaux et réalisations de la dernière année :

- Industrie Canada a publié *Atteindre l'excellence : Investir dans les gens, le savoir et les possibilités*, ce qui représente sa contribution à la *Stratégie d'innovation du Canada*. Ce document offre un plan en vue de bâtir une économie plus forte et plus concurrentielle et expose des mesures que tous les secteurs de l'économie peuvent prendre pour accroître l'innovation et la productivité au Canada.
- Le Groupe de travail national sur les services à large bande a publié son rapport. Industrie Canada a reçu un financement de 35 millions de dollars pour étendre la couverture du réseau à large bande afin de donner suite au rapport et de continuer de faire en sorte que tous les Canadiens puissent bénéficier des avantages d'Internet.

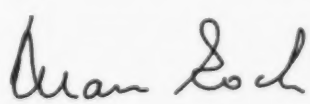
Il est tout aussi important de mentionner qu'au cours de la dernière année, les activités d'Industrie Canada comprenaient plusieurs initiatives déjà en cours dont les suivantes :

- Les organisations de services au marché (OSM) d'Industrie Canada travaillent sans cesse à la modernisation des règles du marché, de leurs services à la clientèle et des outils servant à déceler, prévenir et décourager les comportements frauduleux, injustes et malhonnêtes.
- La croissance économique du Canada repose essentiellement sur un climat d'investissement sain. Industrie Canada appuie Partenaires pour l'investissement au Canada, d'autres gouvernements et le secteur privé dans le but d'élaborer et de mettre en œuvre des initiatives stratégiques d'investissement, de promouvoir le Canada dans le monde entier, d'attirer des investissements dans les marchés et les secteurs prioritaires, de stimuler l'investissement dans les petites et moyennes entreprises et de promouvoir les affaires chez les Autochtones.
- Afin d'accroître la part du Canada dans le commerce mondial, Industrie Canada encourage les petites et moyennes entreprises à exporter leurs produits et leurs services partout dans le monde et aide les entreprises établies à trouver de nouveaux marchés. Il travaille également de concert avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à promouvoir le Canada comme partenaire commercial de choix.

La liste des réalisations ne s'arrête pas là. Je vous invite à consulter le rapport sur le rendement d'Industrie Canada afin de connaître les nombreuses façons dont Industrie Canada contribue au développement et à la croissance économiques du Canada.

En travaillant ensemble, nous contribuons à faire du Canada un pays plus fort et plus prospère pour l'ensemble des Canadiens et Canadiennes.

Le ministre de l'Industrie,



Allan Rock

Section 2

Rendement du Ministère

2.1 La raison d'être d'Industrie Canada : stimuler l'essor économique

En raison de l'influence de plus en plus marquée de la technologie sur leur vie et du phénomène de la mondialisation qui s'accentue et impose de nouvelles façons de procéder en affaires, les Canadiens vivent de nombreux changements. Industrie Canada vise à aider les Canadiens à être plus productifs et concurrentiels dans l'économie du savoir. À cette fin, le Ministère a établi cinq objectifs stratégiques (Innovation, Connectivité, Marché, Investissement et Commerce) pour favoriser la croissance de la **productivité**, de l'**emploi** et des **revenus** et promouvoir le **développement durable**. Essentiellement, le mandat d'Industrie Canada consiste à stimuler la croissance d'une économie dynamique pour :

- procurer aux Canadiens des emplois plus nombreux et mieux rémunérés;
- favoriser la croissance des entreprises grâce à l'amélioration soutenue de la performance sur le plan de la productivité et de l'innovation;
- donner aux consommateurs, aux entreprises et aux investisseurs l'assurance que le marché est équitable, efficace et concurrentiel;
- assurer la viabilité de l'avenir des Canadiens au point de vue économique, environnemental et social.

L'atteinte de ces objectifs aidera le Canada à s'épanouir et à prospérer au sein de la nouvelle économie.

Contexte sociétal

Selon l'indice du développement humain de 2001, les Nations Unies ont classé le Canada au troisième rang en ce qui a trait à la qualité de vie. Le Canada peut conserver ce niveau de vie élevé en continuant à miser sur ses forces et ses atouts et à les exploiter davantage, de même qu'en explorant de nouvelles avenues et possibilités pour améliorer la productivité et encourager l'innovation.

Le produit intérieur brut (PIB) réel par habitant, qui correspond à la valeur de tous les biens et services produits et offerts dans un pays, ajustée en fonction de l'inflation, constitue l'un des meilleurs indicateurs du niveau de vie de la population et du dynamisme économique d'un pays. Le PIB réel, qui est passé de 24 000 $ en 1981 à 33 000 $ en 2001 (en dollars de 1997) témoigne de l'amélioration du niveau de vie des Canadiens. La production réelle par habitant a progressé de 2,9 p. 100 par an depuis 1997. Le Canada et la plupart des pays postindustriels ont connu un ralentissement de leur économie en 2001. N'empêche que l'accroissement de la demande de logements, la saine progression des dépenses de consommation et le ralentissement de l'épuisement des stocks ainsi que la reprise des exportations et de la fabrication ont contribué à une augmentation annualisée de 6,0 p. 100 du PIB au cours du premier trimestre de 2002 au Canada. Plus de deux fois supérieur à celui obtenu au trimestre précédent, ce taux représente le meilleur résultat depuis le quatrième trimestre de 1999.

Le revenu réel disponible par habitant, qui est influencé par la productivité, la croissance de l'emploi et l'impôt, constitue un autre indicateur de la santé économique d'un pays. Au Canada, il a augmenté de 2,3 p. 100 annuellement entre 1997 et 2001. Bien que le niveau de vie des

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

Canadiens soit élevé, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) indique que l'augmentation des revenus réels par habitant au pays n'a pas suivi le rythme de celle des États-Unis. L'OCDE attribue en partie cette différence à l'écart qui sépare les deux pays au chapitre de la productivité.

L'écart dans les revenus s'est toutefois rétréci en 2000, puis de nouveau en 2001, donnant à penser que l'économie canadienne progresse dans la bonne direction. Il est possible de réduire davantage cet écart en explorant de nouvelles possibilités dans lesquelles le pays peut investir pour affermir sa position dans l'économie du savoir.

En ce qui a trait au marché du travail, le Canada affiche un excellent rendement, avec plus de 1,5 million de nouveaux emplois entre 1996 et 2000, soit le taux de croissance le plus élevé parmi les pays du G7. Une revue de fin d'exercice indique que 13 000 Canadiens de plus avaient intégré la population active à la fin de 2001. Si ce chiffre témoigne d'une croissance modeste de l'emploi (0,1 p. 100), il arrive à un moment où l'économie mondiale est caractérisée par un recul du taux d'emploi dans nombre de pays postindustriels. Le taux de chômage, qui est passé de 9,1 p. 100 en 1997 à 7,2 p. 100 en 2001, est un autre indicateur de l'amélioration de la performance du marché canadien de l'emploi.

La contribution d'Industrie Canada

« Dans la nouvelle économie mondiale du savoir du 21e siècle, la prospérité est tributaire de l'innovation, qui à son tour dépend des investissements que nous consacrons à la créativité et au talent de nos citoyens. Il nous faut investir non seulement dans la technologie et dans l'innovation, mais aussi, à la manière canadienne, dans la création d'une société inclusive où tous les Canadiens et Canadiennes peuvent mettre à profit leurs talents, leurs compétences et leurs idées et où l'imagination, les savoir-faire et la faculté d'innover se conjuguent au mieux. »

— Jean Chrétien, premier ministre du Canada, *Atteindre l'excellence : Investir dans les gens, le savoir et les possibilités*

L'édification d'une économie de classe mondiale, stimulée par l'innovation, l'imagination et le talent, constitue l'un des principaux objectifs annoncés par le gouvernement du Canada dans le discours du Trône de 2001. L'adoption de la *Stratégie d'innovation du Canada*, le 12 février 2002, a marqué une étape importante vers la réalisation de cet objectif. En partenariat avec Développement des ressources humaines Canada (DRHC), Industrie Canada a élaboré une stratégie d'innovation nationale, formulée dans deux documents : *Atteindre l'excellence : Investir dans les gens, le savoir et les possibilités* et *Le savoir, clé de notre avenir : le perfectionnement des compétences au Canada* (**www.strategieinnovation.gc.ca**). Cette stratégie est maintenant la pierre angulaire du programme pangouvernemental, qui vise à miser sur les forces et les valeurs chères à tous les Canadiens et à améliorer leur niveau de vie.

Industrie Canada reconnaît l'importance du développement durable pour stimuler l'innovation et la croissance de la productivité. La Stratégie de développement durable du Ministère pour 2000-2003 comporte trois grands objectifs : améliorer la productivité par l'écoefficacité, privilégier les technologies environnementales et intégrer le développement durable dans le processus décisionnel. En favorisant la mise en place d'une économie du savoir plus productive et concurrentielle, Industrie Canada travaille avec de nombreux intervenants à la promotion des initiatives de développement durable novatrices liées à ces objectifs.

Les cinq objectifs stratégiques d'Industrie Canada visent à aider les Canadiens à contribuer grandement à l'avancement de l'économie du savoir grâce à l'amélioration de la productivité et de l'innovation. Chacun de ces objectifs renforce les quatre autres en favorisant la croissance de l'économie canadienne. *(Voir le tableau des priorités d'Industrie Canada, page 10.)*

Innovation

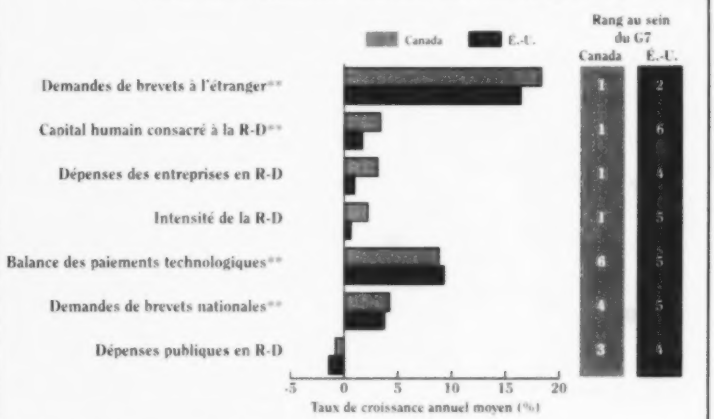
Industrie Canada contribue à promouvoir une « culture d'innovation » au Canada.

L'innovation est depuis toujours le moteur de la performance économique et du progrès social. Dans l'économie du savoir d'aujourd'hui, elle est d'une importance particulièrement cruciale. Le rythme du changement ne cesse de s'accélérer, si bien que la formulation et l'application d'idées nouvelles ainsi que les façons de faire novatrices sont au cœur même de la réussite de tout pays. Pour soutenir et accroître la prospérité du Canada, il faut non seulement créer des occasions propices pour innover, mais aussi tirer le meilleur parti des investissements dans l'innovation.

Selon l'OCDE, l'innovation est l'un des principaux catalyseurs de l'accroissement de la productivité. La performance globale du Canada sur le plan de l'innovation est inférieure à celle de bien d'autres grandes économies, mais elle témoigne toutefois d'importantes améliorations par rapport à celles d'autres pays du G7 et, dans certains domaines, devance celle de ses principaux concurrents *(voir figure 1)*. Au cours des 20 dernières années, le Canada a connu le taux de croissance le plus rapide en ce qui a trait au nombre de travailleurs qui se consacrent à la recherche-développement (R-D), au nombre de demandes de brevets à l'étranger et au montant des dépenses de R-D des entreprises.

Industrie Canada a tout mis en œuvre pour que le Canada continue à investir dans l'enrichissement et l'échange des connaissances et que les idées nouvelles se concrétisent en avantages économiques et sociaux bénéfiques pour tous les Canadiens.

Figure 1 — Performance du Canada sur le plan de l'innovation
Taux de croissance annuel moyen 1981-1999*



* Ou dernière année où les chiffres sont disponibles.
** Ajusté en fonction de la taille de la population active.

Source : OECD, *Principaux indicateurs de la science et de la technologie*, 2001.1 et 2001.2.

Connectivité

La connectivité est à la base même de l'économie et de la société du savoir.

La création d'un milieu d'excellence, où tous les Canadiens seront en mesure de tirer parti de leurs talents, compétences et idées, est au nombre des objectifs les plus fondamentaux du gouvernement. Dans l'économie du savoir, où la concurrence se fait de plus en plus vive, le Canada prend nettement les devants depuis longtemps en offrant à ses citoyens un accès, à prix abordable, à une infrastructure d'information et de communications de pointe et en veillant

à ce qu'ils acquièrent les compétences nécessaires pour tirer pleinement parti des avantages de l'ère de l'information.

Les entreprises en réseau sont bien placées pour tirer parti d'occasions et d'innovations locales et mondiales qui favorisent une plus grande productivité et prospérité. Les pays qui jouissent de cet avantage concurrentiel fondé sur le savoir sont en mesure d'offrir des produits et services uniques sur le marché et d'attirer les investisseurs.

Industrie Canada est le ministère responsable de l'initiative Un Canada branché (**www.brancher.gc.ca**). Par ses programmes et services novateurs, le Ministère travaille en partenariat à relier les collectivités entre elles, brancher le Canada au reste du monde, appuyer le commerce électronique et étendre l'accès au contenu canadien en ligne.

Comparativement aux autres pays industrialisés, le Canada est actuellement un chef de file de la connectivité. Conscients des avantages d'une économie réseautée, d'autres pays mènent également à bien leurs propres programmes. D'après l'indice de connectivité du Conference Board du Canada pour 2001 *(voir la figure 2)*, le Canada se classe au second rang derrière les États-Unis, pour la troisième année de suite. Les États-Unis sont en tête pour l'accessibilité et le prix, tandis que le Canada a pris les devants à la fois pour la portée et l'utilisation des technologies de l'information et des communications (TIC). Le Canada bénéficie d'une avance appréciable dans le déploiement de la large bande, technologie qui peut faciliter la productivité et la croissance de même que l'innovation technologique.

Figure 2 — Sommaire du classement selon l'indice de connectivité pour 2001*

	Globalement		**Accessibilité**		**Prix**		**Portée**		**Utilisation**	
Nombre d'indicateurs	42		12		8		12		10	
Pondération	**100 %**		**20 %**		**5 %**		**25 %**		**50 %**	
	Rang	**Indice**	**Rang**	**Indice**	**Rang**	**Indice**	**Rang**	**Indice**	**Rang**	**Indice**
États-Unis	1	109	1	113	1	107	2	108	3	107
Canada	**2**	**108**	**2**	**107**	**3**	**104**	**1**	**109**	**1**	**111**
Suède	3	106	3	105	3	104	2	108	2	109
Finlande	4	102	5	101	1	107	4	100	5	101
Royaume-Uni	5	99	5	101	7	98	5	98	6	99
Australie	5	99	4	102	9	94	5	98	4	102
Allemagne	7	97	7	99	5	100	8	95	7	97
Japon	8	94	8	91	10	92	7	99	8	95
France	9	93	8	91	5	100	10	92	9	90
Italie	10	92	10	90	8	95	9	94	9	90

* Le classement se fonde sur certains indicateurs, sous réserve de la disponibilité de données crédibles, comparables à l'échelle internationale. Ce classement est une estimation qui s'appuie sur des données datant de 6 à 18 mois.

Source : Le Conference Board du Canada, 2002. (**www.conferenceboard.ca**)

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

à ce qu'ils acquièrent les compétences nécessaires pour tirer pleinement parti des avantages de l'ère de l'information.

Les entreprises en réseau sont bien placées pour tirer parti d'occasions et d'innovations locales et mondiales qui favorisent une plus grande productivité et prospérité. Les pays qui jouissent de cet avantage concurrentiel fondé sur le savoir sont en mesure d'offrir des produits et services uniques sur le marché et d'attirer les investisseurs.

Industrie Canada est le ministère responsable de l'initiative Un Canada branché (**www.brancher.gc.ca**). Par ses programmes et services novateurs, le Ministère travaille en partenariat à relier les collectivités entre elles, brancher le Canada au reste du monde, appuyer le commerce électronique et étendre l'accès au contenu canadien en ligne.

Comparativement aux autres pays industrialisés, le Canada est actuellement un chef de file de la connectivité. Conscients des avantages d'une économie réseautée, d'autres pays mènent également à bien leurs propres programmes. D'après l'indice de connectivité du Conference Board du Canada pour 2001 *(voir la figure 2)*, le Canada se classe au second rang derrière les États-Unis, pour la troisième année de suite. Les États-Unis sont en tête pour l'accessibilité et le prix, tandis que le Canada a pris les devants à la fois pour la portée et l'utilisation des technologies de l'information et des communications (TIC). Le Canada bénéficie d'une avance appréciable dans le déploiement de la large bande, technologie qui peut faciliter la productivité et la croissance de même que l'innovation technologique.

Figure 2 — Sommaire du classement selon l'indice de connectivité pour 2001*

	Globalement		**Accessibilité**		**Prix**		**Portée**		**Utilisation**	
Nombre d'indicateurs	42		12		8		12		10	
Pondération	**100 %**		**20 %**		**5 %**		**25 %**		**50 %**	
	Rang	Indice	Rang	Indice	Rang	Indice	Rang	Indice	Rang	Indice
États-Unis	1	109	1	113	1	107	2	108	3	107
Canada	**2**	**108**	**2**	**107**	**3**	**104**	**1**	**109**	**1**	**111**
Suède	3	106	3	105	3	104	2	108	2	109
Finlande	4	102	5	101	1	107	4	100	5	101
Royaume-Uni	5	99	5	101	7	98	5	98	6	99
Australie	5	99	4	102	9	94	5	98	4	102
Allemagne	7	97	7	99	5	100	8	95	7	97
Japon	8	94	8	91	10	92	7	99	8	95
France	9	93	8	91	5	100	10	92	9	90
Italie	10	92	10	90	8	95	9	94	9	90

* Le classement se fonde sur certains indicateurs, sous réserve de la disponibilité de données crédibles, comparables à l'échelle internationale. Ce classement est une estimation qui s'appuie sur des données datant de 6 à 18 mois.

Source : Le Conference Board du Canada, 2002. (**www.conferenceboard.ca**)

Marché

Un marché équitable, efficace et concurrentiel est la pierre angulaire d'une économie saine et dynamique.

De plus en plus, les frontières économiques s'estompent sous l'effet de la mondialisation. Les entreprises du monde entier sont à la recherche d'avantages stratégiques et concurrentiels. Elles investissent et commercent sur des marchés autrefois difficiles à percer. Grâce à Internet, les Canadiens deviennent des consommateurs planétaires, mieux informés et plus exigeants. En ces temps incertains, ils regardent au-delà de leurs frontières et cherchent un environnement stable pour protéger leurs investissements et leurs transactions.

Pour promouvoir le commerce, l'investissement, l'innovation et la connectivité, Industrie Canada a, entre autres défis, celui de veiller à ce que le marché canadien soit équitable, efficace et concurrentiel. Le marché intérieur doit favoriser la création d'un climat de confiance, où l'on protège l'intérêt public et où les politiques commerciales proposent des stimulants à l'innovation. Que les Canadiens fassent des affaires au pays ou à l'étranger, par Internet, en personne ou par d'autres moyens, l'infrastructure nationale doit inspirer confiance à la fois aux Canadiens et aux étrangers, particulièrement à la lumière des événements géopolitiques récents.

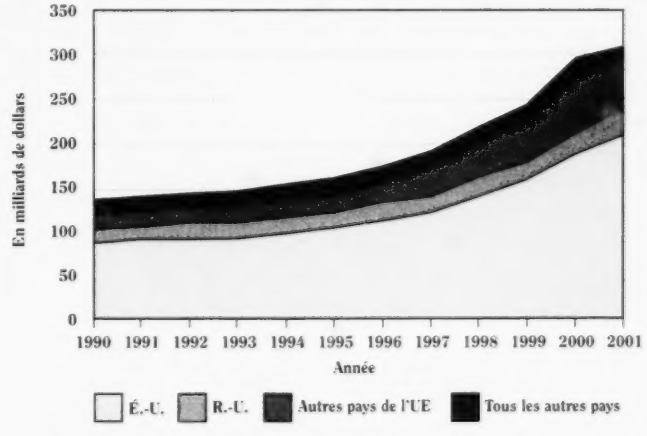
Les organismes de service axés sur le marché d'Industrie Canada sont des acteurs dynamiques dans le marché. Entre autres activités, ils gèrent le système de faillite du Canada, veillent à la précision des instruments et des appareils de mesure, surveillent l'industrie des communications sans fil et attribuent des licences, enregistrent et accordent les droits de propriété intellectuelle (marques de commerce, brevets, droits d'auteur, dessins industriels et topographies de circuits intégrés), examinent les fusions, mettent un frein au télémarketing trompeur et représentent les intérêts des consommateurs. De concert avec d'autres administrations publiques, pays et partenaires, ils s'assurent que le marché canadien est de classe mondiale.

Investissement

Les facteurs économiques fondamentaux du Canada sur le plan de l'avantage des coûts relatifs en font un milieu de premier ordre pour les affaires.

L'analyse ayant conduit à l'élaboration de la *Stratégie d'innovation du Canada* insiste sur l'importance de la R-D publique. Au Canada, 13 p. 100 des travaux de R-D sont menés par les administrations publiques, ce qui est dans la moyenne selon l'OCDE. Pour faire mieux encore, le gouvernement du Canada s'est engagé à doubler, d'ici 2010, ses investissements dans la R-D. Cet engagement encourage également l'investissement privé. Les deux formes d'investissement sont requises pour

Figure 3 — Investissement étranger direct au Canada



Source : Calculs d'Industrie Canada fondés sur des données de Statistique Canada.

stimuler la croissance économique axée sur le savoir, le développement durable et l'innovation. Pour soutenir cette croissance, le Canada se tourne à la fois vers les investisseurs canadiens et les filiales canadiennes d'entreprises étrangères.

Les études montrent que les filiales canadiennes d'entreprises étrangères effectuent environ 40 p. 100 de l'ensemble de la R-D dans l'important secteur manufacturier. L'investissement étranger direct (IED) joue donc un rôle essentiel dans l'essor d'une économie du savoir novatrice.

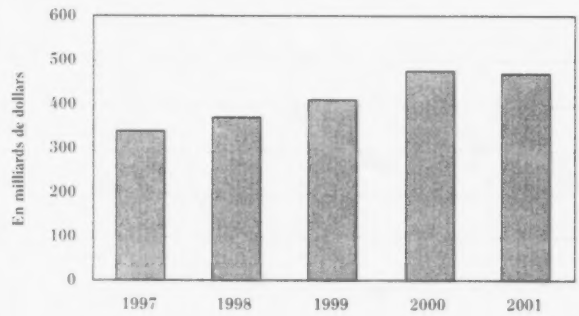
La valeur des investissements au Canada a connu une croissance spectaculaire, passant de 131 milliards de dollars en 1990 à 321 milliards en 2001. Les deux-tiers de ces investissements proviennent des États-Unis. La part de l'Union européenne a fait un bond ces dernières années, après certaines acquisitions d'entreprises canadiennes entourées de beaucoup de publicité. Malgré ces progrès, la part globale de l'IED au Canada destiné à l'Amérique du Nord dans les 10 dernières années n'en accuse pas moins un important recul. Afin d'inverser la tendance et d'accroître la part canadienne de l'IED en Amérique du Nord, Industrie Canada a continué de collaborer avec d'autres organismes pour faire du Canada un lieu de prédilection pour l'investissement étranger sur le continent nord-américain et pour mieux faire valoir cet avantage auprès d'investisseurs potentiels.

Commerce

La croissance des exportations canadiennes joue un rôle majeur en favorisant la création d'emplois spécialisés fort rémunérateurs dans l'industrie du savoir.

Au cours de la dernière décennie, la croissance économique du Canada est en grande partie attribuable au commerce, les exportations représentant 45,3 p. 100 du PIB du pays. En plus de générer des recettes, le commerce améliore l'efficacité et la productivité à mesure que les entreprises mettent au point et adoptent de nouvelles technologies et optent pour de nouvelles méthodes de gestion qui débouchent sur la création d'emplois de qualité.

Figure 4 — Exportations canadiennes de produits et services



Source : Statistique Canada.

Après neuf années consécutives de croissance et un niveau record en 2000, les exportations canadiennes de produits et services ont amorcé un repli de 2,1 p. 100, s'établissant à 467,6 milliards de dollars en 2001. Ce recul peut être attribué en partie à l'impact économique et commercial des attentats terroristes perpétrés le 11 septembre 2001 et au ralentissement de l'économie américaine. Les échanges bilatéraux avec les États-Unis, le plus important partenaire commercial du Canada, représentent 77,2 p. 100 du commerce de produits et services au pays. Près de 82 p. 100 des exportations canadiennes ont été acheminées vers le marché américain en 2001.

En plus d'aider les entreprises canadiennes à accroître le commerce intérieur et extérieur en améliorant l'accès aux marchés, Industrie Canada et ses partenaires ne cessent d'améliorer leurs programmes, produits et services, d'en élaborer de nouveaux et de les offrir de façon intégrée aux entreprises et aux exportateurs canadiens.

2.2 Le partenariat, la voie du succès

En plus d'offrir ses programmes et services en partenariat avec diverses parties intéressées, le Ministère les consulte pour élaborer des politiques microéconomiques efficaces. Les membres du Portefeuille de l'Industrie, les autres ministères, les administrations provinciales et territoriales, les collèges et universités, les organismes non gouvernementaux (ONG) ainsi que les secteurs industriels pertinents et les nombreux organismes qui les représentent sont tous des partenaires importants, qui aident le Ministère à s'acquitter de son mandat et à réussir ce qu'il entreprend. Industrie Canada continuera de travailler en étroite collaboration avec ses partenaires à assurer la croissance économique soutenue du Canada et à cerner les nouveaux défis ainsi que les nouvelles occasions à saisir.

2.3 Renseignements financiers

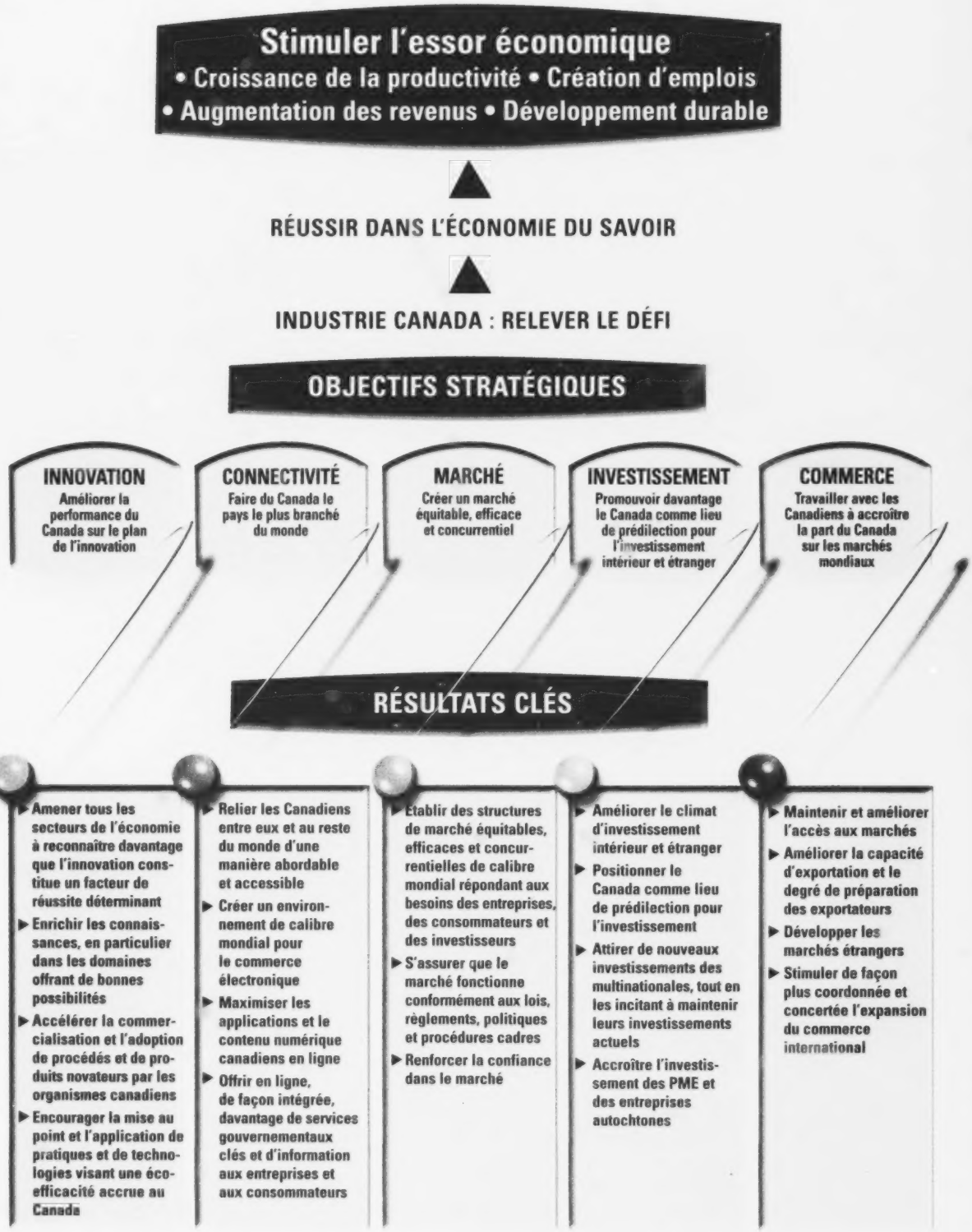
Au cours des dernières années, Industrie Canada a commencé à modifier sa structure de présentation de l'information de façon à mieux rendre compte des ressources allouées à ses cinq objectifs stratégiques. Le Ministère a récemment mené à bien un exercice préliminaire en vue d'évaluer les ressources financières consacrées à chaque objectif stratégique. Les chiffres fournis dans le présent rapport pour chaque objectif stratégique représentent un montant approximatif fondé uniquement sur le Budget principal des dépenses, sans les recettes. Il s'agit là d'un effort préliminaire pour établir un lien entre les ressources et les résultats, ce qui devrait améliorer la planification et la présentation des résultats sur le rendement. On trouvera une ventilation détaillée de cette information financière au tableau de la page 46.

Sommaire de l'information sur le rendement financier d'Industrie Canada

Dépenses prévues	1 206 521 000 $
Autorisations totales	1 546 166 256 $
Dépenses réelles en 2001-2002	1 409 540 121 $

Industrie Canada reçoit ses crédits budgétaires en vertu du Budget principal des dépenses et du Budget supplémentaire des dépenses, approuvés par le Parlement. En 2001-2002, des crédits totalisant 1 206,5 millions de dollars ont été approuvés dans le Budget principal des dépenses du Ministère. S'y ajoute un montant de 339,7 millions, octroyé dans le cadre du Budget supplémentaire des dépenses et d'autres autorisations. Les autorisations totales s'élèvent à 1 546,2 millions.

2.4 Tableau des priorités d'Industrie Canada



M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

2.5 Réalisations en matière de rendement

Sont présentés ci-après les points saillants des réalisations d'Industrie Canada en regard de ses cinq objectifs stratégiques : innovation, connectivité, marché, investissement et commerce. On trouvera des données détaillées sur l'ensemble des réalisations à l'appendice A.

Innovation

Une des réalisations les plus importantes du dernier exercice a été la publication de la Stratégie d'innovation du Canada, qui jette les assises d'une économie plus forte et plus concurrentielle. La participation de tous les intervenants, y compris les administrations publiques, les chercheurs, les entreprises, les universités et la population canadienne, est essentielle à son succès.

Le document *Atteindre l'excellence : Investir dans les gens, le savoir et les possibilités* souligne l'importance de l'innovation pour l'économie canadienne et propose une vision nationale en la matière. On y précise les buts et les objectifs ainsi que les initiatives fédérales à l'appui de la stratégie.

On évalue à 397,8 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, à l'amélioration de la performance du Canada sur le plan de l'innovation.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant

Industrie Canada s'efforce de mieux faire comprendre en quoi consiste l'innovation et de créer une culture de l'innovation fondée sur l'excellence et offrant des possibilités à tous les Canadiens. Afin de rédiger le document *Atteindre l'excellence*, le Ministère a réalisé une étude diagnostique détaillée de la performance du Canada sur le plan de l'innovation, présentant les principaux facteurs déterminants de l'innovation et de la productivité. L'étude présente le bien-fondé des orientations stratégiques énoncées dans le programme d'innovation du gouvernement fédéral.

On a mis sur pied un processus rassembleur afin de réunir à la même table les ministres fédéraux, provinciaux et territoriaux pour discuter de l'innovation. Le processus a conduit ces gouvernements à adopter des principes d'action pour faire du Canada l'un des pays les plus novateurs du monde. Le point de vue des gouvernements provinciaux et leur appui à l'innovation ont aidé à l'élaboration et au lancement de la *Stratégie d'innovation du Canada*.

Atteindre l'excellence est non seulement une stratégie, mais un outil d'importance capitale pour sensibiliser les Canadiens au rôle primordial de l'innovation dans l'amélioration de la performance économique et le niveau de vie au pays.

Cartes routières technologiques

Les cartes routières technologiques aident les entreprises à préciser, à choisir et à mettre au point des solutions technologiques de remplacement qui sauront répondre à leurs besoins futurs en matière de services, de produits ou d'activités. Des cartes routières technologiques ont été établies dans de nombreux secteurs :

- **Un guide sur les cartes routières technologiques**, accompagné d'une brochure, sert à sensibiliser davantage le secteur privé au rôle des cartes routières technologiques pour stimuler l'innovation.
- **La carte routière technologique sur les immeubles intelligents**, met l'accent sur la gestion de l'énergie, la bureautique, l'environnement intérieur, le réseautage local, la sécurité et la prévention des incendies.
- **Les cartes routières technologiques sur le changement climatique** indiquent des parcours à suivre pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et traitent des piles à combustible, des sables bitumineux ainsi que de l'utilisation de la biomasse pour la production de carburants de remplacement et de produits chimiques.
- **Une étude sur l'approche « Lean » du secteur logistique** décrit le rôle de la technologie dans l'amélioration des procédés logistiques, les flux des biens et les coûts. Elle a conduit à l'établissement d'un partenariat entre l'Association canadienne de gestion de la chaîne d'approvisionnement et Industrie Canada.

(strategis.gc.ca/epic/internet/intrm-crt.nsf/vwGeneratedInterF/Home)

2.5 Réalisations en matière de rendement

Sont présentés ci-après les points saillants des réalisations d'Industrie Canada en regard de ses cinq objectifs stratégiques : innovation, connectivité, marché, investissement et commerce. On trouvera des données détaillées sur l'ensemble des réalisations à l'appendice A.

Innovation

Une des réalisations les plus importantes du dernier exercice a été la publication de la Stratégie d'innovation du Canada, qui jette les assises d'une économie plus forte et plus concurrentielle. La participation de tous les intervenants, y compris les administrations publiques, les chercheurs, les entreprises, les universités et la population canadienne, est essentielle à son succès.

Le document *Atteindre l'excellence : Investir dans les gens, le savoir et les possibilités* souligne l'importance de l'innovation pour l'économie canadienne et propose une vision nationale en la matière. On y précise les buts et les objectifs ainsi que les initiatives fédérales à l'appui de la stratégie.

On évalue à 397,8 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, à l'amélioration de la performance du Canada sur le plan de l'innovation.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant

Industrie Canada s'efforce de mieux faire comprendre en quoi consiste l'innovation et de créer une culture de l'innovation fondée sur l'excellence et offrant des possibilités à tous les Canadiens. Afin de rédiger le document *Atteindre l'excellence*, le Ministère a réalisé une étude diagnostique détaillée de la performance du Canada sur le plan de l'innovation, présentant les principaux facteurs déterminants de l'innovation et de la productivité. L'étude présente le bien-fondé des orientations stratégiques énoncées dans le programme d'innovation du gouvernement fédéral.

On a mis sur pied un processus rassembleur afin de réunir à la même table les ministres fédéraux, provinciaux et territoriaux pour discuter de l'innovation. Le processus a conduit ces gouvernements à adopter des principes d'action pour faire du Canada l'un des pays les plus novateurs du monde. Le point de vue des gouvernements provinciaux et leur appui à l'innovation ont aidé à l'élaboration et au lancement de la *Stratégie d'innovation du Canada*.

Atteindre l'excellence est non seulement une stratégie, mais un outil d'importance capitale pour sensibiliser les Canadiens au rôle primordial de l'innovation dans l'amélioration de la performance économique et le niveau de vie au pays.

Cartes routières technologiques

Les cartes routières technologiques aident les entreprises à préciser, à choisir et à mettre au point des solutions technologiques de remplacement qui sauront répondre à leurs besoins futurs en matière de services, de produits ou d'activités. Des cartes routières technologiques ont été établies dans de nombreux secteurs :

- **Un guide sur les cartes routières technologiques**, accompagné d'une brochure, sert à sensibiliser davantage le secteur privé au rôle des cartes routières technologiques pour stimuler l'innovation.
- **La carte routière technologique sur les immeubles intelligents**, met l'accent sur la gestion de l'énergie, la bureautique, l'environnement intérieur, le réseautage local, la sécurité et la prévention des incendies.
- **Les cartes routières technologiques sur le changement climatique** indiquent des parcours à suivre pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et traitent des piles à combustible, des sables bitumineux ainsi que de l'utilisation de la biomasse pour la production de carburants de remplacement et de produits chimiques.
- **Une étude sur l'approche « Lean » du secteur logistique** décrit le rôle de la technologie dans l'amélioration des procédés logistiques, les flux des biens et les coûts. Elle a conduit à l'établissement d'un partenariat entre l'Association canadienne de gestion de la chaîne d'approvisionnement et Industrie Canada.

(**strategis.gc.ca/epic/internet/intrm-crt.nsf/vwGeneratedInterF/Home**)

Le document connexe, *Le savoir, clé de notre avenir*, décrit les objectifs nationaux visant un plus grand apport des Canadiens dans le milieu de travail. On peut consulter la version électronique de ces deux documents dans Internet.

Un site Web interactif incitant les Canadiens à faire part de leur opinion sur la stratégie (**www.strategieinnovation.gc.ca**) constitue un précieux outil pour prendre le pouls de l'opinion publique, évaluer la portée de la stratégie et promouvoir ses propositions.

Le gouvernement demande actuellement à la population de lui faire part des moyens à prendre pour travailler ensemble à atteindre les objectifs et les buts nationaux précisés dans la stratégie. Ce partenariat permanent débouchera sur une vision et des initiatives communes, qui feront du Canada l'un des pays les plus novateurs du monde.

En outre, Industrie Canada a rédigé des rapports et des études sur la productivité et l'innovation. Le Ministère a de plus élaboré des outils Internet et des cartes routières pour aider les entreprises à devenir plus innovatrices.

Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités

Les investissements dans le savoir alimentent et enrichissent le champ des connaissances au pays. Ces investissements, en particulier dans la R-D, entraînent souvent des retombées importantes, notamment en dotant le pays d'une main-d'œuvre qualifiée qui mettra ensuite son savoir au profit des secteurs public et privé. Malgré le taux de croissance élevé de la R-D commerciale dans les années 1990, le Canada demeure à l'avant-dernier rang des pays du G7 au chapitre de la valeur de la R-D financée et exécutée par les entreprises canadiennes. Par ailleurs, en dépit de montants importants consacrés à l'enseignement public, les données de l'OCDE montrent que la population active canadienne compte relativement peu de chercheurs, en particulier dans la catégorie des scientifiques et des ingénieurs. L'investissement d'Industrie Canada dans le secteur du savoir vise à renforcer les capacités de recherche du pays et à améliorer et à appuyer l'infrastructure canadienne du savoir.

Industrie Canada a élaboré plusieurs propositions pour renforcer les capacités canadiennes en R-D. Nombre de ces propositions étaient présentées dans le *Budget 2001*, notamment le versement de 200 millions de dollars aux universités, destinés à financer les coûts indirects de la recherche parrainée par le gouvernement fédéral, et un accroissement des fonds destinés au programme des centres de technologie régionale du Conseil national de recherches du Canada (CNRC).

Partenariat technologique Canada

Au cours de l'exercice 2001-2002, Partenariat technologique Canada (PTC) a approuvé des investissements de plus de 231 millions de dollars dans 106 projets qui, par effet de levier, entraîneront des investissements de plus de 679 millions. Les investissements sont répartis comme suit :

- 29 millions de dollars destinés à 77 projets dans le cadre d'un partenariat entre PTC et le Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du Conseil national de recherches du Canada pour venir en aide aux PME;
- près de 75 millions de dollars dans six projets liés au développement durable, portant notamment sur l'énergie photovoltaïque, les piles à combustible et les procédés écoénergétiques;
- plus de 6 millions de dollars dans neuf projets relatifs au programme de développement des fournisseurs des secteurs de l'aérospatiale et de la défense.

Depuis le lancement du programme, en mars 1996, jusqu'au 31 mars 2002, le portefeuille cumulatif de PTC a financé des projets représentant un investissement pluriannuel global dans la R-D d'environ 10 milliards de dollars (y compris 1,9 milliard de PTC). Ces projets devraient permettre de créer ou de conserver plus de 36 000 emplois. Le portefeuille actif de PTC comprend 675 millions répartis entre 365 projets menés avec les PME. Pour en savoir davantage, consultez le site de PTC (**www.ptc.ic.gc.ca**).

Le document connexe, *Le savoir, clé de notre avenir*, décrit les objectifs nationaux visant un plus grand apport des Canadiens dans le milieu de travail. On peut consulter la version électronique de ces deux documents dans Internet.

Un site Web interactif incitant les Canadiens à faire part de leur opinion sur la stratégie (**www.strategieinnovation.gc.ca**) constitue un précieux outil pour prendre le pouls de l'opinion publique, évaluer la portée de la stratégie et promouvoir ses propositions.

Le gouvernement demande actuellement à la population de lui faire part des moyens à prendre pour travailler ensemble à atteindre les objectifs et les buts nationaux précisés dans la stratégie. Ce partenariat permanent débouchera sur une vision et des initiatives communes, qui feront du Canada l'un des pays les plus novateurs du monde.

En outre, Industrie Canada a rédigé des rapports et des études sur la productivité et l'innovation. Le Ministère a de plus élaboré des outils Internet et des cartes routières pour aider les entreprises à devenir plus innovatrices.

Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités

Les investissements dans le savoir alimentent et enrichissent le champ des connaissances au pays. Ces investissements, en particulier dans la R-D, entraînent souvent des retombées importantes, notamment en dotant le pays d'une main-d'œuvre qualifiée qui mettra ensuite son savoir au profit des secteurs public et privé. Malgré le taux de croissance élevé de la R-D commerciale dans les années 1990, le Canada demeure à l'avant-dernier rang des pays du G7 au chapitre de la valeur de la R-D financée et exécutée par les entreprises canadiennes. Par ailleurs, en dépit de montants importants consacrés à l'enseignement public, les données de l'OCDE montrent que la population active canadienne compte relativement peu de chercheurs, en particulier dans la catégorie des scientifiques et des ingénieurs. L'investissement d'Industrie Canada dans le secteur du savoir vise à renforcer les capacités de recherche du pays et à améliorer et à appuyer l'infrastructure canadienne du savoir.

Industrie Canada a élaboré plusieurs propositions pour renforcer les capacités canadiennes en R-D. Nombre de ces propositions étaient présentées dans le *Budget 2001*, notamment le versement de 200 millions de dollars aux universités, destinés à financer les coûts indirects de la recherche parrainée par le gouvernement fédéral, et un accroissement des fonds destinés au programme des centres de technologie régionale du Conseil national de recherches du Canada (CNRC).

Partenariat technologique Canada

Au cours de l'exercice 2001-2002, Partenariat technologique Canada (PTC) a approuvé des investissements de plus de 231 millions de dollars dans 106 projets qui, par effet de levier, entraîneront des investissements de plus de 679 millions. Les investissements sont répartis comme suit :

- 29 millions de dollars destinés à 77 projets dans le cadre d'un partenariat entre PTC et le Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du Conseil national de recherches du Canada pour venir en aide aux PME;
- près de 75 millions de dollars dans six projets liés au développement durable, portant notamment sur l'énergie photovoltaïque, les piles à combustible et les procédés écoénergétiques;
- plus de 6 millions de dollars dans neuf projets relatifs au programme de développement des fournisseurs des secteurs de l'aérospatiale et de la défense.

Depuis le lancement du programme, en mars 1996, jusqu'au 31 mars 2002, le portefeuille cumulatif de PTC a financé des projets représentant un investissement pluriannuel global dans la R-D d'environ 10 milliards de dollars (y compris 1,9 milliard de PTC). Ces projets devraient permettre de créer ou de conserver plus de 36 000 emplois. Le portefeuille actif de PTC comprend 675 millions répartis entre 365 projets menés avec les PME. Pour en savoir davantage, consultez le site de PTC (**www.ptc.ic.gc.ca**).

Les autres investissements prévus dans le *Budget 2001* étaient destinés au Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) et au Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH). Le Réseau national de recherche et d'innovation du Canada, CA*net 4, a également bénéficié d'investissements dans la recherche à long terme.

Industrie Canada explore à l'heure actuelle plusieurs domaines où il pourrait influencer et encourager le progrès, notamment en ce qui a trait à la commercialisation, à l'adaptation de technologies de pointe et à l'utilisation de la biotechnologie.

Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens

Pour obtenir un rendement élevé des investissements du Canada dans l'innovation, il faut saisir les nouvelles occasions et exploiter des idées et des procédés novateurs. Toutefois, le Canada tarde davantage que ses concurrents à commercialiser les résultats de la recherche, pour en faire des succès commerciaux, et à adopter des technologies et des méthodes nouvelles. De nombreuses entreprises canadiennes mettent au point des produits nouveaux ou améliorés pour le marché mondial d'aujourd'hui, mais le secteur privé doit être plus dynamique pour renforcer ses capacités de R-D et commercialiser de nouveaux produits et services.

Industrie Canada a tout mis en œuvre pour accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens de tous les secteurs de l'économie, en investissant dans la recherche et en adoptant des politiques qui appuient les organismes et les universités en leur permettant de poursuivre des recherches. En réponse aux grands défis que les industries canadiennes doivent relever et pour leur permettre de saisir les nombreuses occasions qui se présentent, des mécanismes de consultation multipartite, les Sentiers de la croissance, ont été mis en place avec les secteurs de l'environnement et de la biotechnologie. Dans le cadre de ses efforts pour améliorer la compétitivité de ces industries au XXI[e] siècle, l'industrie environnementale est la première à inaugurer une tribune de consultation en ligne et à élaborer une stratégie d'innovation pour tirer parti des possibilités qu'offre le secteur de la biotechnologie.

Conscient des difficultés particulières auxquelles se heurtent les petites et moyennes entreprises (PME) pour commercialiser un produit, le Ministère a conçu de nombreux programmes à leur intention, afin de les aider à surmonter les obstacles d'ordre financier ou relatifs à la gestion. Le Centre de recherches sur les communications Canada (CRC) s'emploie à mettre en évidence les lacunes en matière d'innovation dans le secteur canadien des communications et à les combler en favorisant la création de partenariats au sein de l'industrie, en créant un fonds de renseignements techniques et en appuyant les PME de haute technologie. Le CRC a appuyé des PME du secteur de la radiodiffusion qui ont perfectionné les systèmes de radiodiffusion et de télédiffusion numériques. En épaulant les PME et en leur donnant accès aux laboratoires de recherche, Industrie Canada les aide à commercialiser avec succès leurs produits et services.

Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une écoefficacité accrue au Canada

Du fait qu'elles réduisent les risques environnementaux, accroissent la rentabilité, améliorent l'efficacité des procédés et créent des produits et services qui améliorent la performance environnementale, les technologies environnementales sont au cœur d'un secteur dynamique en plein essor dans l'économie mondiale d'aujourd'hui. Les entreprises canadiennes accusent par contre un retard par rapport à leurs concurrents étrangers au chapitre de la R-D et de l'adoption de technologies environnementales et de méthodes écoefficientes. Industrie Canada travaille avec ses partenaires au développement et à la diffusion de ces technologies dans l'industrie canadienne.

Parmi les efforts entrepris par le Ministère pour promouvoir l'écoefficacité et le développement durable en 2001-2002, mentionnons l'organisation d'ateliers nationaux, le lancement d'outils en ligne et la tenue de consultations entre le gouvernement, l'industrie et les universités.

Promouvoir l'écoefficacité

En 2001-2002, Industrie Canada a pris diverses mesures pour promouvoir l'écoefficacité :

- lancement d'un nouveau site Web consacré à l'écoefficacité (**strategis.gc.ca/e2**) et présentation de deux outils d'évaluation de l'écoefficacité en ligne : Réaliser l'écoefficacité en trois étapes, qui s'adresse aux fabricants, ainsi qu'une introduction à l'écoefficacité;
- conclusion d'une entente de partenariat et élaboration du contenu Web initial de Créer des entreprises durables : ateliers régionaux sur l'écoefficacité offerts aux entreprises en collaboration avec la Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie, Ressources naturelles Canada, Environnement Canada ainsi que des organismes et des partenaires industriels régionaux;
- appui aux nouveaux Réseaux de centres d'excellence, notamment celui de l'Automobile du XXI[e] siècle, qui vise à perfectionner les groupes propulseurs, à réduire les émissions et à améliorer la sécurité des véhicules de l'avenir, en particulier pour le bénéfice des enfants et des personnes âgées sur la route;
- mise au point d'un outil permettant aux entreprises de s'inscrire en ligne et de mettre à jour l'information les concernant dans la base de données des Solutions environnementales canadiennes (SEC). Plus de 350 entreprises ont fait des mises à jour et une centaine de nouvelles entreprises se sont inscrites.

On trouvera des renseignements supplémentaires à l'appendice A et en consultant les sites suivants: **strategis.gc.ca/dd** ou **strategis.gc.ca/e2**.

Connectivité

Ministère responsable de l'initiative Un Canada branché (**www.brancher.gc.ca**), Industrie Canada a progressé à pas de géant vers son objectif, qui consiste à faire du Canada le pays le plus branché du monde. Le Ministère a continué à mettre en œuvre des activités, des programmes et des politiques se rapportant aux trois piliers d'une nation réseautée : infrastructure, utilisation et contenu. Le succès de cet objectif dépend de la coopération de ses partenaires au sein d'autres ministères, des provinces et du secteur privé.

On évalue à 174,8 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, pour faire du Canada le pays le plus branché du monde.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Pilier I : Infrastructure

Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible

Bien que l'assise de la connectivité soit en place au Canada, la barre continue de monter. Pour concrétiser les avantages socioéconomiques de la révolution Internet, le Canada doit progresser en conséquence. Tous les Canadiens doivent avoir accès à prix abordable à une infrastructure de communication et à une information de calibre mondial.

L'infrastructure à large bande et l'accès constituent les éléments importants d'une économie novatrice et l'assise sur laquelle les entreprises canadiennes peuvent édifier et livrer de nouvelles applications et de nouveaux services dans des domaines comme la santé, l'éducation et le commerce. Comme le précise *Atteindre l'excellence*, les économies, les pays et les entreprises qui innovent ont besoin d'infrastructures de pointe pour être concurrentiels sur le marché mondial. En 2001-2002, Industrie Canada a fait d'importants progrès vers la réalisation de cet objectif, notamment :

- en publiant en juillet 2001 le rapport du Groupe de travail national sur les services à large bande, intitulé *Le nouveau rêve national : réseautage du pays pour l'accès aux services à large bande*;
- en assurant un financement de 30 millions de dollars au Programme d'accès communautaire (PAC) et de 10 millions par an à Rescol pour 2002-2003 et 2003-2004;
- en allouant 105 millions de dollars pour financer l'expansion des services à large bande, comme prévu dans *Budget 2001*. Ce montant sera versé à compter de l'exercice 2002-2003.

CA*net 4

Industrie Canada et CANARIE Inc., organisme sans but lucratif, ont annoncé une entente de financement de 110 millions de dollars pour concevoir, perfectionner et exploiter le Réseau national de recherche et d'innovation du Canada, **CA*net 4**. Ce réseau aura une influence bénéfique sur la société, la culture et la qualité de vie des Canadiens et Canadiennes, en plus d'offrir au pays de nouveaux débouchés dans l'économie mondiale du savoir. Le Réseau national de recherche a pris forme il y a une dizaine d'années avec **CA*net**, qui permettait le simple transfert de fichiers de courriel. **CA*net 2**, qui lui a succédé, a permis le partage d'applications Web et de gros fichiers. Le tournant du siècle a vu l'avènement de **CA*net 3**, le réseau optique Internet de base le plus avancé et à plus haut débit du monde, qui a permis un partage audiovisuel intégral amélioré et le développement d'applications en collaboration dans les environnements informatiques et de données.

CA*net 4 sera le fruit d'une restructuration en profondeur du réseau. Il deviendra le premier réseau de recherche « à la carte » offert au monde et permettra à l'utilisateur final de régler et de gérer son propre réseau optique. En habilitant les utilisateurs de réseau de la même manière que l'a fait l'ordinateur personnel pour les utilisateurs d'ordinateurs, cette nouvelle architecture donnera aux chercheurs canadiens la possibilité de créer des connexions à haute capacité dans le cadre d'expériences canadiennes et étrangères ainsi qu'avec des ressources informatiques, à l'appui de la recherche en collaboration de calibre mondial, dans des domaines importants pour tous les Canadiens, comme la santé, l'éducation et l'environnement.

Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une écoefficacité accrue au Canada

Du fait qu'elles réduisent les risques environnementaux, accroissent la rentabilité, améliorent l'efficacité des procédés et créent des produits et services qui améliorent la performance environnementale, les technologies environnementales sont au cœur d'un secteur dynamique en plein essor dans l'économie mondiale d'aujourd'hui. Les entreprises canadiennes accusent par contre un retard par rapport à leurs concurrents étrangers au chapitre de la R-D et de l'adoption de technologies environnementales et de méthodes écoefficientes. Industrie Canada travaille avec ses partenaires au développement et à la diffusion de ces technologies dans l'industrie canadienne.

Parmi les efforts entrepris par le Ministère pour promouvoir l'écoefficacité et le développement durable en 2001-2002, mentionnons l'organisation d'ateliers nationaux, le lancement d'outils en ligne et la tenue de consultations entre le gouvernement, l'industrie et les universités.

Promouvoir l'écoefficacité

En 2001-2002, Industrie Canada a pris diverses mesures pour promouvoir l'écoefficacité :

- lancement d'un nouveau site Web consacré à l'écoefficacité (**strategis.gc.ca/e2**) et présentation de deux outils d'évaluation de l'écoefficacité en ligne : Réaliser l'écoefficacité en trois étapes, qui s'adresse aux fabricants, ainsi qu'une introduction à l'écoefficacité;
- conclusion d'une entente de partenariat et élaboration du contenu Web initial de Créer des entreprises durables : ateliers régionaux sur l'écoefficacité offerts aux entreprises en collaboration avec la Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie, Ressources naturelles Canada, Environnement Canada ainsi que des organismes et des partenaires industriels régionaux;
- appui aux nouveaux Réseaux de centres d'excellence, notamment celui de l'Automobile du XXIe siècle, qui vise à perfectionner les groupes propulseurs, à réduire les émissions et à améliorer la sécurité des véhicules de l'avenir, en particulier pour le bénéfice des enfants et des personnes âgées sur la route;
- mise au point d'un outil permettant aux entreprises de s'inscrire en ligne et de mettre à jour l'information les concernant dans la base de données des Solutions environnementales canadiennes (SEC). Plus de 350 entreprises ont fait des mises à jour et une centaine de nouvelles entreprises se sont inscrites.

On trouvera des renseignements supplémentaires à l'appendice A et en consultant les sites suivants: **strategis.gc.ca/dd** ou **strategis.gc.ca/e2**.

Connectivité

Ministère responsable de l'initiative Un Canada branché (**www.brancher.gc.ca**), Industrie Canada a progressé à pas de géant vers son objectif, qui consiste à faire du Canada le pays le plus branché du monde. Le Ministère a continué à mettre en œuvre des activités, des programmes et des politiques se rapportant aux trois piliers d'une nation réseautée : infrastructure, utilisation et contenu. Le succès de cet objectif dépend de la coopération de ses partenaires au sein d'autres ministères, des provinces et du secteur privé.

On évalue à 174,8 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, pour faire du Canada le pays le plus branché du monde.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Pilier I : Infrastructure

Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible

Bien que l'assise de la connectivité soit en place au Canada, la barre continue de monter. Pour concrétiser les avantages socioéconomiques de la révolution Internet, le Canada doit progresser en conséquence. Tous les Canadiens doivent avoir accès à prix abordable à une infrastructure de communication et à une information de calibre mondial.

L'infrastructure à large bande et l'accès constituent les éléments importants d'une économie novatrice et l'assise sur laquelle les entreprises canadiennes peuvent édifier et livrer de nouvelles applications et de nouveaux services dans des domaines comme la santé, l'éducation et le commerce. Comme le précise *Atteindre l'excellence*, les économies, les pays et les entreprises qui innovent ont besoin d'infrastructures de pointe pour être concurrentiels sur le marché mondial. En 2001-2002, Industrie Canada a fait d'importants progrès vers la réalisation de cet objectif, notamment :

- en publiant en juillet 2001 le rapport du Groupe de travail national sur les services à large bande, intitulé *Le nouveau rêve national : réseautage du pays pour l'accès aux services à large bande*;
- en assurant un financement de 30 millions de dollars au Programme d'accès communautaire (PAC) et de 10 millions par an à Rescol pour 2002-2003 et 2003-2004;
- en allouant 105 millions de dollars pour financer l'expansion des services à large bande, comme prévu dans *Budget 2001*. Ce montant sera versé à compter de l'exercice 2002-2003.

CA*net 4

Industrie Canada et CANARIE Inc., organisme sans but lucratif, ont annoncé une entente de financement de 110 millions de dollars pour concevoir, perfectionner et exploiter le Réseau national de recherche et d'innovation du Canada, **CA*net 4**. Ce réseau aura une influence bénéfique sur la société, la culture et la qualité de vie des Canadiens et Canadiennes, en plus d'offrir au pays de nouveaux débouchés dans l'économie mondiale du savoir. Le Réseau national de recherche a pris forme il y a une dizaine d'années avec **CA*net**, qui permettait le simple transfert de fichiers de courriel. **CA*net 2**, qui lui a succédé, a permis le partage d'applications Web et de gros fichiers. Le tournant du siècle a vu l'avènement de **CA*net 3**, le réseau optique Internet de base le plus avancé et à plus haut débit du monde, qui a permis un partage audiovisuel intégral amélioré et le développement d'applications en collaboration dans les environnements informatiques et de données.

CA*net 4 sera le fruit d'une restructuration en profondeur du réseau. Il deviendra le premier réseau de recherche « à la carte » offert au monde et permettra à l'utilisateur final de régler et de gérer son propre réseau optique. En habilitant les utilisateurs de réseau de la même manière que l'a fait l'ordinateur personnel pour les utilisateurs d'ordinateurs, cette nouvelle architecture donnera aux chercheurs canadiens la possibilité de créer des connexions à haute capacité dans le cadre d'expériences canadiennes et étrangères ainsi qu'avec des ressources informatiques, à l'appui de la recherche en collaboration de calibre mondial, dans des domaines importants pour tous les Canadiens, comme la santé, l'éducation et l'environnement.

Programmes destinés aux jeunes Canadiens

Grâce aux programmes de la **Stratégie emploi-jeunesse (SEJ)**, Industrie Canada a pu remplir son mandat en donnant aux jeunes Canadiens la possibilité de devenir des innovateurs, des entrepreneurs et des chefs de file de leur collectivité tout en acquérant une expérience de travail qui les rendra concurrentiels dans l'économie du savoir. Voici un bref aperçu des programmes :

- Le programme **Collections numérisées du Canada (CNC)** octroie des fonds à des organismes canadiens pour qu'ils puissent mettre au point des ressources Internet et offrir aux jeunes une expérience professionnelle en TIC (2 900 jeunes ont été embauchés et 450 sites Web ont été présentés). (**collections.ic.gc.ca**)
- L'**Initiative jeunesse du Programme d'Accès communautaire (IJ du PAC)** permet aux jeunes embauchés dans les centres du PAC de diverses régions du Canada d'acquérir des compétences techniques en demande sur le marché du travail (7 000 jeunes ont été embauchés depuis 1996). (**pac.ic.gc.ca**)
- Le **Progamme d'acquisition d'une expérience de travail professionnelle** du programme **Ordinateurs pour les écoles** aide les jeunes à perfectionner leurs compétences et leur donne un meilleur accès à la technologie informatique dans un milieu d'apprentissage (1 700 jeunes ont été embauchés depuis 1997). (**www.rescol.ca/cfs-ope**)
- Les **Camps de l'inforoute, des sciences et de l'entrepreneurship (camps ISE)** embauchent les titulaires d'un diplôme d'études secondaires ou postsecondaires pour mettre sur pied et diriger des camps d'été de jour accueillant les enfants (600 jeunes ont été embauchés depuis 1997). (**rescol.ca/ise**)
- **Cyberjeunes Canada International (CCI)** offre aux jeunes la possibilité de faire des stages en TIC dans les pays en développement (770 jeunes ont été embauchés depuis 1999). (**netcorps-cyberjeunes.org**)
- Les **Projets d'emploi pour la jeunesse (PEJ) de Rescol** engagent des jeunes pour stimuler l'intégration et l'utilisation des TIC (2 200 jeunes ont été embauchés). (**www.rescol.ca/pej**)
- **Compétence.ca** recrute des jeunes pour l'élaboration, la prestation et la promotion de services d'apprentissage et de recrutement en ligne assurés en collaboration avec Industrie Canada, des ONG et des associations nationales (300 jeunes ont été embauchés). (**competence.ca**)
- Le programme **Étudiants bien branchés** embauche des étudiants de niveau postsecondaire ou fraîchement diplômés pour assurer une formation Internet et une aide en vue de l'utilisation du commerce électronique aux PME canadiennes et aux personnes âgées (4 400 étudiants ont été embauchés et 117 000 clients ont été formés depuis 1996). (**scp-ebb.com**)

Pilier II : Utilisation

Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique

Le Canada s'est donné pour objectif d'être le pays le plus branché du monde et de créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique et l'utilisation des TIC. Les applications et les systèmes relatifs au commerce électronique améliorent l'accès à de nouveaux marchés et à des revenus mondiaux, réduisent le coût des transactions et de la distribution, élargissent le choix des consommateurs et améliorent le service après vente et la disponibilité de l'information pertinente. Selon Statistique Canada, en 2001, les recettes produites au pays au moyen de transactions commerciales électroniques ont atteint 10,4 milliards de dollars, en hausse de 43,4 p. 100 par rapport aux 7,2 milliards de dollars de 2000.

Industrie Canada a conservé sa position de chef de file en matière de politiques relatives au commerce électronique pour renforcer la capacité du Canada à devenir un centre d'excellence mondial pour le commerce électronique et une économie novatrice à la pointe du progrès, tout en assurant à la fois la sécurité et la protection des renseignements personnels.

Législation canadienne sur la protection des renseignements personnels transmis par voie électronique

Le Canada est le premier pays non européen à être officiellement reconnu par l'Union européenne pour sa législation assurant la protection des renseignements personnels et des documents transmis par voie électronique. En 2001-2002, l'Union européenne, en accord avec sa directive sur la protection des données, a reconnu que les renseignements personnels sur les Européens détenus par les entreprises canadiennes sont protégés adéquatement par la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) du Canada.

Industrie Canada a mené avec succès des consultations auprès du public et a obtenu les approbations internes cautionnant la démarche du gouvernement canadien visant à déterminer les critères applicables aux lois « essentiellement similaires ». Sous sa forme définitive, la politique permet aux organismes situés dans une province ou un territoire ayant adopté une loi « essentiellement similaire » visant le secteur privé de se soustraire à l'application de la LPRPDE pour les transactions à l'intérieur de la province. La politique prévoit l'harmonisation du droit régissant la protection des renseignements personnels et encourage les provinces et les territoires à adopter une loi applicable à l'intérieur de leur secteur de compétence.

(**strategis.gc.ca/SSGF/1/ca01458f.html**)

Tirer pleinement parti du commerce électronique

En juin 2001, Industrie Canada a lancé deux nouveaux services pour les affaires électroniques, ebiz.facile et SourceCAN. En offrant des produits novateurs mis au point avec le secteur privé, il honorait les engagements pris par le gouvernement du Canada dans le cadre de Gouvernement en direct.

Au service d'une clientèle de 4 500 personnes en moyenne par mois, Ebiz.facile est un portail public-privé qui vise à mieux préparer les PME au commerce électronique en leur fournissant des réponses et des solutions susceptibles d'assurer leur succès dans l'environnement en ligne mondial. Au cours du dernier exercice, on s'est efforcé d'enrichir les volets en français et de cerner les besoins et les préoccupations des employés. De concert avec neuf provinces et plusieurs organismes de développement économique, des présentations sur les stratégies en matière de commerce électronique ont été faites aux municipalités et aux PME. (**www.strategis.gc.ca/ebizfacile**)

Marché d'affaires électronique public-privé du Canada servant de lien pour jumeler les entreprises et les capacités canadiennes aux débouchés sur les marchés intérieur et étranger, SourceCAN affiche les occasions d'affaires à saisir dans le cadre de partenariats locaux et internationaux. En avril 2002, grâce aux appels d'offres internationaux transmis par l'intermédiaire de SourceCAN, les entreprises canadiennes avaient réalisé des ventes à l'exportation de plus de 100 millions de dollars. SourceCAN constitue pour les entreprises, grandes et petites, un point d'entrée au marché électronique mondial. Des milliers de marchés, des foires commerciales virtuelles, des catalogues électroniques et des outils Web de pointe sont proposés quotidiennement à l'appui de la gestion de la chaîne d'approvisionnement, des marchés et de la logistique. (**www.sourcecan.com**)

Pilier III : Contenu

Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne

Lorsque l'infrastructure électronique de la nouvelle économie sera en place, les Canadiens, quel que soit le lieu où ils se trouvent, auront accès à des produits et services de meilleure qualité dans des domaines comme la santé et l'éducation. Les entreprises canadiennes continueront de bénéficier de la possibilité de mettre au point, de déployer et d'expérimenter des applications et des services novateurs sur le réseau. Pour leur part, les internautes bénéficieront d'un accès convivial et fiable à l'information, aux services et aux produits.

Industrie Canada a continué de favoriser le développement d'applications et de services novateurs en ligne conçus par les Canadiens. L'abondance de contenu canadien dans tous les secteurs de l'économie et de la société, notamment la culture, le commerce, les sciences, l'éducation et le gouvernement, est un impératif.

Étude d'évaluation de Strategis

Selon un récent sondage, le site Web porte-étendard d'Industrie Canada, Strategis, continue d'être un site extrêmement pertinent. Le site reçoit environ 30 000 visites par jour (neuf millions par an). Parmi les répondants au sondage, 31 p. 100 consultaient le site quotidiennement ou plusieurs fois par semaine et 29 p. 100 étaient nettement d'avis que Strategis est un outil d'affaires important. Strategis a nettement la cote auprès des consommateurs et l'information et les services qu'il assure sont fort appréciés.

Toutefois, l'étude révèle aussi que Strategis n'est plus le service exclusif d'autrefois. Aujourd'hui, des produits similaires sont accessibles dans d'autres sites et on a l'impression qu'il y a chevauchement entre Strategis et d'autres sites Web.

Le Ministère a accepté les conclusions de l'enquête et se penche à l'heure actuelle sur certaines questions pratiques. Au cours des prochains mois, des équipes, sous la direction des sous-ministres adjoints, se pencheront sur les grands enjeux stratégiques en vue de préparer la réponse officielle du Ministère à l'étude. (**strategis.gc.ca/frndoc/main.html**)

Programmes destinés aux jeunes Canadiens

Grâce aux programmes de la **Stratégie emploi-jeunesse (SEJ)**, Industrie Canada a pu remplir son mandat en donnant aux jeunes Canadiens la possibilité de devenir des innovateurs, des entrepreneurs et des chefs de file de leur collectivité tout en acquérant une expérience de travail qui les rendra concurrentiels dans l'économie du savoir. Voici un bref aperçu des programmes :

- Le programme **Collections numérisées du Canada (CNC)** octroie des fonds à des organismes canadiens pour qu'ils puissent mettre au point des ressources Internet et offrir aux jeunes une expérience professionnelle en TIC (2 900 jeunes ont été embauchés et 450 sites Web ont été présentés). (**collections.ic.gc.ca**)
- L'**Initiative jeunesse du Programme d'Accès communautaire (IJ du PAC)** permet aux jeunes embauchés dans les centres du PAC de diverses régions du Canada d'acquérir des compétences techniques en demande sur le marché du travail (7 000 jeunes ont été embauchés depuis 1996). (**pac.ic.gc.ca**)
- Le **Progamme d'acquisition d'une expérience de travail professionnelle** du programme **Ordinateurs pour les écoles** aide les jeunes à perfectionner leurs compétences et leur donne un meilleur accès à la technologie informatique dans un milieu d'apprentissage (1 700 jeunes ont été embauchés depuis 1997). (**www.rescol.ca/cfs-ope**)
- Les **Camps de l'inforoute, des sciences et de l'entrepreneurship (camps ISE)** embauchent les titulaires d'un diplôme d'études secondaires ou postsecondaires pour mettre sur pied et diriger des camps d'été de jour accueillant les enfants (600 jeunes ont été embauchés depuis 1997). (**rescol.ca/ise**)
- **Cyberjeunes Canada International (CCI)** offre aux jeunes la possibilité de faire des stages en TIC dans les pays en développement (770 jeunes ont été embauchés depuis 1999). (**netcorps-cyberjeunes.org**)
- Les **Projets d'emploi pour la jeunesse (PEJ) de Rescol** engagent des jeunes pour stimuler l'intégration et l'utilisation des TIC (2 200 jeunes ont été embauchés). (**www.rescol.ca/pej**)
- **Compétence.ca** recrute des jeunes pour l'élaboration, la prestation et la promotion de services d'apprentissage et de recrutement en ligne assurés en collaboration avec Industrie Canada, des ONG et des associations nationales (300 jeunes ont été embauchés). (**competence.ca**)
- Le programme **Étudiants bien branchés** embauche des étudiants de niveau postsecondaire ou fraîchement diplômés pour assurer une formation Internet et une aide en vue de l'utilisation du commerce électronique aux PME canadiennes et aux personnes âgées (4 400 étudiants ont été embauchés et 117 000 clients ont été formés depuis 1996). (**scp-ebb.com**)

Pilier II : Utilisation

Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique

Le Canada s'est donné pour objectif d'être le pays le plus branché du monde et de créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique et l'utilisation des TIC. Les applications et les systèmes relatifs au commerce électronique améliorent l'accès à de nouveaux marchés et à des revenus mondiaux, réduisent le coût des transactions et de la distribution, élargissent le choix des consommateurs et améliorent le service après vente et la disponibilité de l'information pertinente. Selon Statistique Canada, en 2001, les recettes produites au pays au moyen de transactions commerciales électroniques ont atteint 10,4 milliards de dollars, en hausse de 43,4 p. 100 par rapport aux 7,2 milliards de dollars de 2000.

Industrie Canada a conservé sa position de chef de file en matière de politiques relatives au commerce électronique pour renforcer la capacité du Canada à devenir un centre d'excellence mondial pour le commerce électronique et une économie novatrice à la pointe du progrès, tout en assurant à la fois la sécurité et la protection des renseignements personnels.

Législation canadienne sur la protection des renseignements personnels transmis par voie électronique

Le Canada est le premier pays non européen à être officiellement reconnu par l'Union européenne pour sa législation assurant la protection des renseignements personnels et des documents transmis par voie électronique. En 2001-2002, l'Union européenne, en accord avec sa directive sur la protection des données, a reconnu que les renseignements personnels sur les Européens détenus par les entreprises canadiennes sont protégés adéquatement par la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) du Canada.

Industrie Canada a mené avec succès des consultations auprès du public et a obtenu les approbations internes cautionnant la démarche du gouvernement canadien visant à déterminer les critères applicables aux lois « essentiellement similaires ». Sous sa forme définitive, la politique permet aux organismes situés dans une province ou un territoire ayant adopté une loi « essentiellement similaire » visant le secteur privé de se soustraire à l'application de la LPRPDE pour les transactions à l'intérieur de la province. La politique prévoit l'harmonisation du droit régissant la protection des renseignements personnels et encourage les provinces et les territoires à adopter une loi applicable à l'intérieur de leur secteur de compétence.

(**strategis.gc.ca/SSGF/1/ca01458f.html**)

Tirer pleinement parti du commerce électronique

En juin 2001, Industrie Canada a lancé deux nouveaux services pour les affaires électroniques, ebiz.facile et SourceCAN. En offrant des produits novateurs mis au point avec le secteur privé, il honorait les engagements pris par le gouvernement du Canada dans le cadre de Gouvernement en direct.

Au service d'une clientèle de 4 500 personnes en moyenne par mois, Ebiz.facile est un portail public-privé qui vise à mieux préparer les PME au commerce électronique en leur fournissant des réponses et des solutions susceptibles d'assurer leur succès dans l'environnement en ligne mondial. Au cours du dernier exercice, on s'est efforcé d'enrichir les volets en français et de cerner les besoins et les préoccupations des employés. De concert avec neuf provinces et plusieurs organismes de développement économique, des présentations sur les stratégies en matière de commerce électronique ont été faites aux municipalités et aux PME. (**www.strategis.gc.ca/ebizfacile**)

Marché d'affaires électronique public-privé du Canada servant de lien pour jumeler les entreprises et les capacités canadiennes aux débouchés sur les marchés intérieur et étranger, SourceCAN affiche les occasions d'affaires à saisir dans le cadre de partenariats locaux et internationaux. En avril 2002, grâce aux appels d'offres internationaux transmis par l'intermédiaire de SourceCAN, les entreprises canadiennes avaient réalisé des ventes à l'exportation de plus de 100 millions de dollars. SourceCAN constitue pour les entreprises, grandes et petites, un point d'entrée au marché électronique mondial. Des milliers de marchés, des foires commerciales virtuelles, des catalogues électroniques et des outils Web de pointe sont proposés quotidiennement à l'appui de la gestion de la chaîne d'approvisionnement, des marchés et de la logistique. (**www.sourcecan.com**)

Pilier III : Contenu

Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne

Lorsque l'infrastructure électronique de la nouvelle économie sera en place, les Canadiens, quel que soit le lieu où ils se trouvent, auront accès à des produits et services de meilleure qualité dans des domaines comme la santé et l'éducation. Les entreprises canadiennes continueront de bénéficier de la possibilité de mettre au point, de déployer et d'expérimenter des applications et des services novateurs sur le réseau. Pour leur part, les internautes bénéficieront d'un accès convivial et fiable à l'information, aux services et aux produits.

Industrie Canada a continué de favoriser le développement d'applications et de services novateurs en ligne conçus par les Canadiens. L'abondance de contenu canadien dans tous les secteurs de l'économie et de la société, notamment la culture, le commerce, les sciences, l'éducation et le gouvernement, est un impératif.

Étude d'évaluation de Strategis

Selon un récent sondage, le site Web porte-étendard d'Industrie Canada, Strategis, continue d'être un site extrêmement pertinent. Le site reçoit environ 30 000 visites par jour (neuf millions par an). Parmi les répondants au sondage, 31 p. 100 consultaient le site quotidiennement ou plusieurs fois par semaine et 29 p. 100 étaient nettement d'avis que Strategis est un outil d'affaires important. Strategis a nettement la cote auprès des consommateurs et l'information et les services qu'il assure sont fort appréciés.

Toutefois, l'étude révèle aussi que Strategis n'est plus le service exclusif d'autrefois. Aujourd'hui, des produits similaires sont accessibles dans d'autres sites et on a l'impression qu'il y a chevauchement entre Strategis et d'autres sites Web.

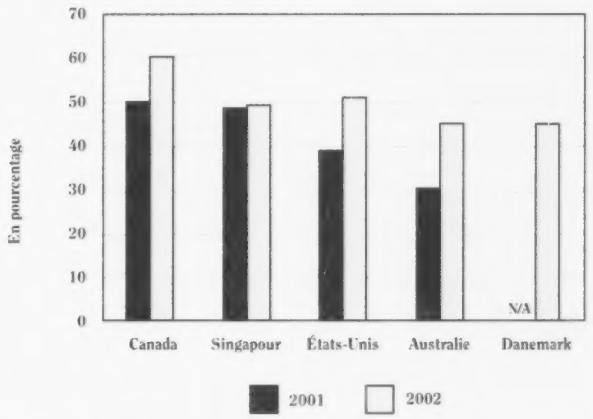
Le Ministère a accepté les conclusions de l'enquête et se penche à l'heure actuelle sur certaines questions pratiques. Au cours des prochains mois, des équipes, sous la direction des sous-ministres adjoints, se pencheront sur les grands enjeux stratégiques en vue de préparer la réponse officielle du Ministère à l'étude. (**strategis.gc.ca/frndoc/main.html**)

Offrir en ligne, de façon intégrée, davantage de services gouvernementaux clés et d'information aux entreprises et aux consommateurs

Le gouvernement fédéral s'est engagé à tirer parti des TIC pour améliorer les services aux Canadiens grâce à l'initiative Gouvernement en direct (GED). Pour sa part, Industrie Canada s'est donné comme objectif d'offrir ses principaux produits et services en ligne d'ici la fin de 2003, soit deux années complètes avant la date butoir établie par le gouvernement.

Le Canada continue de devancer les autres pays en matière de cybergouvernement. Dans une récente étude menée par Accenture (**www.accenture.com**), le Canada est arrivé en première place, pour la deuxième année consécutive, pour ce qui est de l'accès électronique à tous les programmes et services de l'administration fédérale.

Figure 5 — Maturité globale*



* La maturité globale est une mesure du degré de perfectionnement des services en ligne, qui permet de savoir dans quelle mesure les gouvernements intègrent à leurs services en ligne diverses techniques, telles que la gestion des relations avec la clientèle, la conception fondée sur les intentions et des portails modèles.

Source : Accenture, *Administration en ligne — Une vision qui se concrétise*, avril 2002.

Marché

Les organismes de services axés sur le marché d'Industrie Canada modernisent de façon proactive les règles du marché, les services à la clientèle et les outils servant à déceler, à prévenir et à décourager les comportements frauduleux, inéquitables ou trompeurs.

Pour assurer le dynamisme du marché canadien — fondement du commerce, de l'investissement et de l'innovation — les organismes de services axés sur le marché apportent les changements requis en faisant participer les principaux groupes concernés, notamment les consommateurs canadiens et d'autres groupes nationaux et internationaux. Les organismes de services axés sur le marché prennent part à l'expansion des services mobiles sans fil en élargissant le spectre, en mettant un frein au télémarketing trompeur, en évaluant l'efficacité du régime de brevets, particulièrement pour le secteur pharmaceutique et la biotechnologie, et en outillant les consommateurs afin d'accroître leur confiance dans les achats en ligne.

Organismes de services axés sur le marché

Bureau de la concurrence
Bureau de la consommation
Bureau du surintendant des faillites Canada
Direction générale des corporations
Mesures Canada
Office de la propriété intellectuelle du Canada
Direction générale des politiques-cadres du marché
Spectre, technologies de l'information et télécommunications

On évalue à 120,8 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, à la création d'un marché équitable, efficace et concurrentiel.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs

Pour que le marché réponde aux besoins, attire l'investissement et protège les consommateurs, ses structures doivent réduire le fardeau réglementaire au minimum, offrir des stimulants à l'innovation et décourager les comportements interdits par la loi ou frauduleux. Selon la *Stratégie d'innovation du Canada*, les structures doivent être jugées de calibre mondial du point de vue des consommateurs, des entreprises et des investisseurs, et être également adaptées au contexte en évolution.

Le projet de loi S-11, *Loi modifiant la Loi canadienne sur les sociétés par actions et la Loi canadienne sur les coopératives ainsi que d'autres lois*, est entré en vigueur en novembre 2001. Il ouvre la voie à des améliorations majeures aux principes de régie des entreprises. Il prévoit notamment l'élargissement des droits des actionnaires et la clarification des responsabilités des membres du conseil d'administration et des dirigeants, tout en améliorant la capacité des sociétés de régime fédéral et des coopératives de se livrer concurrence sur le marché.

S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres

La déréglementation dans des domaines comme le secteur de l'énergie, associée à l'accroissement de la demande et à l'expansion dans des secteurs nécessitant des mesures, de même que la prolifération d'information et d'activité commerciale dans Internet, obligent les organismes de services axés sur le marché à examiner et à améliorer continuellement leurs méthodes, leurs connaissances, leurs services et leurs interventions. Il ne suffit pas d'établir les règles du marché. En formant des partenariats et en ayant recours à la consultation, le Ministère assure la conformité aux règles du marché grâce à une large gamme d'activités, dont la sensibilisation du public, un soutien actif à la conformité volontaire et la promotion d'un changement de comportement et de pratiques responsables. Le cas échéant, il a directement recours à l'application de la loi pour prévenir et faire cesser les comportements anticoncurrentiels, frauduleux, inéquitables ou trompeurs, comme l'illustrent les tâches exécutées par le Bureau de la concurrence et le Bureau du surintendant des faillites Canada (BSF).

Marché

Les organismes de services axés sur le marché d'Industrie Canada modernisent de façon proactive les règles du marché, les services à la clientèle et les outils servant à déceler, à prévenir et à décourager les comportements frauduleux, inéquitables ou trompeurs.

Pour assurer le dynamisme du marché canadien — fondement du commerce, de l'investissement et de l'innovation — les organismes de services axés sur le marché apportent les changements requis en faisant participer les principaux groupes concernés, notamment les consommateurs canadiens et d'autres groupes nationaux et internationaux. Les organismes de services axés sur le marché prennent part à l'expansion des services mobiles sans fil en élargissant le spectre, en mettant un frein au télémarketing trompeur, en évaluant l'efficacité du régime de brevets, particulièrement pour le secteur pharmaceutique et la biotechnologie, et en outillant les consommateurs afin d'accroître leur confiance dans les achats en ligne.

Organismes de services axés sur le marché

Bureau de la concurrence
Bureau de la consommation
Bureau du surintendant des faillites Canada
Direction générale des corporations
Mesures Canada
Office de la propriété intellectuelle du Canada
Direction générale des politiques-cadres du marché
Spectre, technologies de l'information et télécommunications

On évalue à 120,8 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, à la création d'un marché équitable, efficace et concurrentiel.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs

Pour que le marché réponde aux besoins, attire l'investissement et protège les consommateurs, ses structures doivent réduire le fardeau réglementaire au minimum, offrir des stimulants à l'innovation et décourager les comportements interdits par la loi ou frauduleux. Selon la *Stratégie d'innovation du Canada*, les structures doivent être jugées de calibre mondial du point de vue des consommateurs, des entreprises et des investisseurs, et être également adaptées au contexte en évolution.

Le projet de loi S-11, *Loi modifiant la Loi canadienne sur les sociétés par actions et la Loi canadienne sur les coopératives ainsi que d'autres lois*, est entré en vigueur en novembre 2001. Il ouvre la voie à des améliorations majeures aux principes de régie des entreprises. Il prévoit notamment l'élargissement des droits des actionnaires et la clarification des responsabilités des membres du conseil d'administration et des dirigeants, tout en améliorant la capacité des sociétés de régime fédéral et des coopératives de se livrer concurrence sur le marché.

S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres

La déréglementation dans des domaines comme le secteur de l'énergie, associée à l'accroissement de la demande et à l'expansion dans des secteurs nécessitant des mesures, de même que la prolifération d'information et d'activité commerciale dans Internet, obligent les organismes de services axés sur le marché à examiner et à améliorer continuellement leurs méthodes, leurs connaissances, leurs services et leurs interventions. Il ne suffit pas d'établir les règles du marché. En formant des partenariats et en ayant recours à la consultation, le Ministère assure la conformité aux règles du marché grâce à une large gamme d'activités, dont la sensibilisation du public, un soutien actif à la conformité volontaire et la promotion d'un changement de comportement et de pratiques responsables. Le cas échéant, il a directement recours à l'application de la loi pour prévenir et faire cesser les comportements anticoncurrentiels, frauduleux, inéquitables ou trompeurs, comme l'illustrent les tâches exécutées par le Bureau de la concurrence et le Bureau du surintendant des faillites Canada (BSF).

En 2001, le BSF a enregistré et supervisé 105 853 nouveaux dossiers d'insolvabilité (soit une augmentation de 6 p. 100 par rapport à 2000) et supervisé la clôture de 90 517 dossiers d'insolvabilité, entraînant la répartition de 284,5 millions de dollars de dividendes aux créanciers (soit 31 p. 100 de plus qu'en 2000). Compte tenu des événements du 11 septembre 2001 et de la réduction des services assurés par les ressources de la Gendarmerie royale du Canada (GRC), le BSF a entrepris l'évaluation de nouveaux programmes d'intervention civile et pénale pour donner suite aux préoccupations des clients concernant le niveau de conformité des débiteurs et la diligence des syndics relativement à la réalisation des actifs.

En octobre 2001, une enquête du Bureau de la concurrence a mené à la condamnation d'une grande entreprise internationale pour fixation du prix de vente de l'érythorbate de sodium, agent de conservation alimentaire utilisé pour préserver la saveur et la couleur de la viande et d'autres aliments transformés, en vente à l'épicerie. La société a payé une amende de 1,5 million de dollars.

Le montant des amendes imposées depuis 1998 pour des activités anticoncurrentielles criminelles s'élève à 160,6 millions de dollars. Ces activités criminelles, comprenant la fixation des prix, collusion dans les soumissions et un régime de prix imposé, ont eu des répercussions appréciables sur les consommateurs canadiens. La valeur du volume du commerce touché par ces pratiques dépassait 800 millions; 95 p. 100 de ces pratiques étaient attribuables à des cartels internationaux de fixation des prix ciblant le Canada et d'autres pays.

Le Bureau de la concurrence a déposé une ordonnance sur consentement auprès du Tribunal de la concurrence contre les pratiques commerciales de trois parties faisant la promotion d'un dispositif électronique anticorrosion connu sous le nom de Total Protection. Le dispositif a par la suite été retiré du marché étant donné que sa performance n'était pas celle que faisait valoir la publicité. Les parties ont accepté de cesser de commercialiser le dispositif et d'offrir une garantie anticorrosion prolongée en vertu de laquelle ils donnaient le choix, par lettre, aux consommateurs touchés, entre une police d'assurance intégrale d'une durée de huit ans ou un remboursement. La valeur totale pour les consommateurs s'élevait à environ 500 000 $.

Renforcer la confiance dans le marché

La confiance dans le marché est un préalable pour attirer l'investissement, favoriser l'innovation et créer un climat où les consommateurs sont bien informés. Compte tenu de la rapidité du changement technologique, les entreprises, les innovateurs et les consommateurs doivent avoir accès à des outils conviviaux et à de l'information de pointe pour prendre leur essor dans l'économie du savoir. Par exemple, le Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications a lancé en février 2001 la *Stratégie canadienne pour l'utilisation sécuritaire, prudente et responsable d'Internet*. La Stratégie est accessible en ligne (**www.brancher.gc.ca cyberaverti/**) et la version imprimée est disponible également sans frais. En 2001, le site Web Cyberaverti a reçu 19 806 visiteurs. En outre, cette publication et le dépliant qui la résume, intitulé *Le contenu illégal et offensant diffusé dans Internet*, sont parmi les publications les plus demandées d'Industrie Canada. En moins d'un an, le Ministère a dû réimprimer 50 000 exemplaires de la version intégrale et 200 000 exemplaires de la brochure condensée.

Pour que le Canada continue à être un chef de file dans l'économie mondiale, il faut que ses inventeurs aient facilement accès à une information sur les brevets partout dans le monde, que les consommateurs obtiennent l'information voulue concernant la sécurité des produits et que les débiteurs et les créanciers sachent qu'ils disposent d'un système de faillite équitable et efficace. La Passerelle d'information pour le consommateur constitue la plus vaste source Internet de renseignements sur la consommation émanant de divers secteurs de compétence (**infoconsommation.ca**). La Passerelle, qui a été améliorée, donne accès à une information fiable sur la consommation provenant de plus de 35 partenaires nationaux et de 70 partenaires du secteur privé, des 40 ministères du gouvernement fédéral et de plus de 250 ministères et organismes des gouvernements provinciaux et territoriaux.

Le Courriel des plaintes, nouvel ajout important à la Passerelle, est un puissant outil en ligne qui offre aux consommateurs une nouvelle façon de franchir rapidement les étapes d'une procédure de plainte. Les fonctions de traitement de la plainte sont réparties entre de nombreux organismes et différents paliers de gouvernement, ce qui rend l'enregistrement d'une plainte difficile. Le Courriel des plaintes est une façon pratique de porter plainte. On y trouve un outil d'évaluation, un aperçu des droits et des responsabilités des consommateurs ainsi que des conseils pratiques en rédaction, qui aident le consommateur à formuler une lettre de plainte convaincante. Dans le domaine du voyage, des services financiers et des agences de recouvrement, le courriel offre également un formulaire de plainte normalisé, qui est acheminé à l'organisme compétent. Le Courriel des plaintes fournit également des avis judicieux sur les mécanismes de résolution des différends à l'amiable ainsi que sur la cour des petites créances.

Office de la propriété intellectuelle du Canada

En 2001-2002, le site Web de l'OPIC a subi un remodelage complet visant à améliorer la navigation et la convivialité et à s'adapter à la croissance exponentielle du nombre d'usagers. Au cours de l'exercice, le site a enregistré plus de 390 000 visites, y compris celles des experts de la propriété intellectuelle, qui y ont effectué 650 000 recherches dans la base de données améliorée sur les brevets canadiens. Les recherches y sont donc dix fois plus nombreuses qu'au cours des trente mois précédents, alors que 963 000 recherches dans la base de données sur les marques de commerce indiquent un usage 20 fois plus élevé au cours de la même période. (**www.opic.gc.ca**)

Exemple de gestion du rendement

Les organismes de services axés sur le marché ont adopté une démarche stratégique pour évaluer le marché. Ils ont établi une structure de régie applicable à l'objectif stratégique relatif au marché et un processus systématique de gestion du rendement et de présentation de l'information sur le rendement qui embrasse l'éventail de leurs programmes. Ils ont par ailleurs intégré des évaluations périodiques au processus de mesure. Grâce à cette démarche, et à la participation des consommateurs et des entreprises aux initiatives de modernisation du marché, les Canadiens continueront à bénéficier d'un marché qui inspire confiance et au sein duquel les entreprises peuvent pleinement tirer parti de la technologie, de l'innovation et de la concurrence.

La figure 6, à la page 22, donne un exemple du schéma stratégique utilisé par le Bureau de la concurrence pour faire état des engagements en matière de résultats correspondant à l'objectif stratégique relatif au marché. Le schéma précise les enjeux, les activités menées par le Bureau de la concurrence et ses partenaires pour lutter contre le télémarketing trompeur et les résultats obtenus (immédiats et intermédiaires). Mentionnons que, à mesure que l'on progresse vers le haut du schéma, les résultats sont de plus en plus difficiles à obtenir et moins directement attribuables aux activités d'Industrie Canada.

Le Courriel des plaintes, nouvel ajout important à la Passerelle, est un puissant outil en ligne qui offre aux consommateurs une nouvelle façon de franchir rapidement les étapes d'une procédure de plainte. Les fonctions de traitement de la plainte sont réparties entre de nombreux organismes et différents paliers de gouvernement, ce qui rend l'enregistrement d'une plainte difficile. Le Courriel des plaintes est une façon pratique de porter plainte. On y trouve un outil d'évaluation, un aperçu des droits et des responsabilités des consommateurs ainsi que des conseils pratiques en rédaction, qui aident le consommateur à formuler une lettre de plainte convaincante. Dans le domaine du voyage, des services financiers et des agences de recouvrement, le courriel offre également un formulaire de plainte normalisé, qui est acheminé à l'organisme compétent. Le Courriel des plaintes fournit également des avis judicieux sur les mécanismes de résolution des différends à l'amiable ainsi que sur la cour des petites créances.

Office de la propriété intellectuelle du Canada

En 2001-2002, le site Web de l'OPIC a subi un remodelage complet visant à améliorer la navigation et la convivialité et à s'adapter à la croissance exponentielle du nombre d'usagers. Au cours de l'exercice, le site a enregistré plus de 390 000 visites, y compris celles des experts de la propriété intellectuelle, qui y ont effectué 650 000 recherches dans la base de données améliorée sur les brevets canadiens. Les recherches y sont donc dix fois plus nombreuses qu'au cours des trente mois précédents, alors que 963 000 recherches dans la base de données sur les marques de commerce indiquent un usage 20 fois plus élevé au cours de la même période. (**www.opic.gc.ca**)

Exemple de gestion du rendement

Les organismes de services axés sur le marché ont adopté une démarche stratégique pour évaluer le marché. Ils ont établi une structure de régie applicable à l'objectif stratégique relatif au marché et un processus systématique de gestion du rendement et de présentation de l'information sur le rendement qui embrasse l'éventail de leurs programmes. Ils ont par ailleurs intégré des évaluations périodiques au processus de mesure. Grâce à cette démarche, et à la participation des consommateurs et des entreprises aux initiatives de modernisation du marché, les Canadiens continueront à bénéficier d'un marché qui inspire confiance et au sein duquel les entreprises peuvent pleinement tirer parti de la technologie, de l'innovation et de la concurrence.

La figure 6, à la page 22, donne un exemple du schéma stratégique utilisé par le Bureau de la concurrence pour faire état des engagements en matière de résultats correspondant à l'objectif stratégique relatif au marché. Le schéma précise les enjeux, les activités menées par le Bureau de la concurrence et ses partenaires pour lutter contre le télémarketing trompeur et les résultats obtenus (immédiats et intermédiaires). Mentionnons que, à mesure que l'on progresse vers le haut du schéma, les résultats sont de plus en plus difficiles à obtenir et moins directement attribuables aux activités d'Industrie Canada.

Figure 6

Enjeux

Les pertes annuelles totales subies par les entreprises et les consommateurs canadiens en raison de toutes formes de télémarketing trompeur sont évaluées à 4 milliards de dollars.

PORTÉE	ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE RÉSULTATS POUR LE MARCHÉ	
Collectivités au Canada et dans le monde	**Stimuler l'essor économique**	■ Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs. ■ S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres. ■ Renforcer la confiance dans le marché.

	RÉSULTATS (INTERMÉDIAIRES ET IMMÉDIATS)	
Collectivités et secteurs ciblés	**Adoption (modification des méthodes et interventions)**	■ Cinq cas de télémarketing frauduleux examinés au cours des trois dernières années ont entraîné des économies nettes pour les consommateurs d'environ 9 millions de dollars, comparativement à des coûts d'enquête d'environ 800 000 $. ■ Des accusations ont été portées contre 12 sociétés et 46 particuliers au cours des trois dernières années. ■ Généralement, les entreprises mettent fin à leurs pratiques illégales lorsque leurs locaux font l'objet d'une fouille au cours d'une enquête.
	Aptitude (capacité, connaissance, compétences)	■ Une sensibilisation accrue des consommateurs diminue leur vulnérabilité et le risque d'être victimes, et réduit par conséquent le nombre de plaintes déposées auprès de PhoneBusters et du Bureau de la concurrence. ■ Lorsque des condamnations frappent un volume de commerce important, les amendes et le nombre de personnes touchées ont un effet dissuasif général.
	Sensibilisation (participation et engagement)	■ Augmentation du nombre de plaintes par suite d'une campagne d'information. ■ Information fournie par les dénonciateurs sur le télémarketing trompeur pratiqué par leurs employeurs.
Partenaires, coprestataires et intervenants	**Climat favorable**	■ La police provinciale de l'Ontario, le Service de police de la Communauté urbaine de Montréal et PhoneBusters travaillent en partenariat pour réunir des renseignements, découvrir les centres de vente sous pression au Canada et étayer les enquêtes. ■ La GRC peut donner son appui pour les écoutes électroniques.

	ACTIVITÉS ET EXTRANTS
Bureau de la concurrence, Industrie Canada	■ Les modifications apportées à la *Loi sur la concurrence* qui sont entrées en vigueur en 1999 ont fait du télémarketing trompeur une infraction criminelle entraînant une peine maximale de cinq ans d'emprisonnement et l'imposition d'une amende, à la discrétion du tribunal. ■ Les modifications prévoient la protection des personnes qui fournissent de l'information au Bureau de la concurrence (les dénonciateurs) de toute sanction disciplinaire imposée par leur employeur. ■ Les modifications prévoient également l'interception sans consentement, avec autorisation des autorités judiciaires, des communications privées (écoute téléphonique) pour lutter contre les infractions graves de télémarketing trompeur. ■ Une campagne de communication a été lancée à l'intention des personnes âgées, qui sont les principales victimes du télémarketing (« Combattez la fraude par téléphone. C'est un piège! »).

Investissement

Pour appuyer la stratégie d'investissement fédérale, Industrie Canada a travaillé avec des partenaires fédéraux, notamment Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC) — organisme conjoint d'Industrie Canada et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) — de même qu'avec les gouvernements et les organismes provinciaux et territoriaux et le secteur privé. Les activités menées par Industrie Canada ont permis d'élaborer et de mettre en œuvre des projets particuliers relatifs à la politique d'investissement et visant à promouvoir l'image de marque du Canada, à attirer l'investissement dans les marchés et les secteurs prioritaires et à stimuler l'investissement dans les PME et les entreprises autochtones.

On évalue à 366,6 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, pour promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Renforcer la confiance dans le marché

Le Canada doit offrir un milieu d'affaires concurrentiel pour attirer les investisseurs du monde entier. L'un de ses principaux défis consistera à cerner les principaux obstacles (tant réels que perçus en tant que tels) à l'investissement étranger et intérieur au pays. En éliminant les obstacles réglementaires, il convient par ailleurs de veiller à ce que les changements ne portent pas atteinte à l'intérêt public que ces règlements visent à protéger, en particulier dans les domaines de la sécurité et de la protection du public. D'autres obstacles peuvent être levés en apportant des changements relativement simples aux règlements en vigueur. En 2001-2002, par exemple, pour donner suite aux préoccupations soulevées par des investisseurs, Industrie Canada a modifié la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés* de 2001, en donnant plus d'ampleur au programme et en l'intégrant au régime d'immigration du Canada. Le Ministère a travaillé à cette question avec PIC, Citoyenneté et Immigration Canada (CIC) et DRHC. Industrie Canada a également collaboré avec d'autres partenaires, notamment avec des organismes de réglementation comme Environnement Canada et l'Agence de protection de l'environnement des États-Unis, pour régler entre autres la question des renseignements relatifs aux nouvelles substances et harmoniser les règlements portant sur les produits chimiques.

Il faut établir des partenariats plus puissants et plus stratégiques pour améliorer le climat d'investissement. L'industrie gazière et pétrolière du Canada atlantique donne une bonne idée des mesures prises en ce sens. Industrie Canada a renforcé ses relations avec la National Ocean Industries Association (NOIA), la Offshore Technology Association of Nova Scotia (OTANS) et l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA), entre autres partenaires, en vue de travailler collectivement à accroître l'investissement complémentaire et à stimuler

Secteurs d'investissement prioritaires

En cernant et en ciblant des secteurs d'investissement prioritaires, Industrie Canada et ses partenaires ont été en mesure d'élaborer des stratégies de marketing et de communication sectorielles, y compris la présentation Pensez Canada! et une trousse documentaire pour le Web.

Ces stratégies ont été mises en œuvre dans le cadre de missions d'Équipe Canada et d'événements comme le Forum économique mondial et Forbes au Canada. Par ailleurs, pour améliorer l'élaboration de politiques et les décisions en matière d'investissement, un cadre stratégique a été préparé pour examiner les priorités, les secteurs et les marchés géographiques. En 2001-2002, 15 tables rondes sur l'investissement ont été organisées sous l'égide de PIC, et l'on a dressé des plans d'action ciblant 10 marchés prioritaires.

Les secteurs d'investissement prioritaires d'Industrie Canada sont :

- les technologies de l'information et des télécommunications (TIC);
- les sciences de la vie;
- l'aérospatiale et la défense;
- les secteurs de l'automobile;
- les technologies énergétiques;
- les produits chimiques.

Agriculture et Agroalimentaire Canada ainsi que Ressources naturelles Canada sont les principaux partenaires sectoriels. (**www.investiraucanada.gc.ca**)

Figure 6

Enjeux

Les pertes annuelles totales subies par les entreprises et les consommateurs canadiens en raison de toutes formes de télémarketing trompeur sont évaluées à 4 milliards de dollars.

PORTÉE	ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE RÉSULTATS POUR LE MARCHÉ	
Collectivités au Canada et dans le monde	**Stimuler l'essor économique**	■ Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs. ■ S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres. ■ Renforcer la confiance dans le marché.

	RÉSULTATS (INTERMÉDIAIRES ET IMMÉDIATS)	
Collectivités et secteurs ciblés	**Adoption (modification des méthodes et interventions)**	■ Cinq cas de télémarketing frauduleux examinés au cours des trois dernières années ont entraîné des économies nettes pour les consommateurs d'environ 9 millions de dollars, comparativement à des coûts d'enquête d'environ 800 000 $. ■ Des accusations ont été portées contre 12 sociétés et 46 particuliers au cours des trois dernières années. ■ Généralement, les entreprises mettent fin à leurs pratiques illégales lorsque leurs locaux font l'objet d'une fouille au cours d'une enquête.
	Aptitude (capacité, connaissance, compétences)	■ Une sensibilisation accrue des consommateurs diminue leur vulnérabilité et le risque d'être victimes, et réduit par conséquent le nombre de plaintes déposées auprès de PhoneBusters et du Bureau de la concurrence. ■ Lorsque des condamnations frappent un volume de commerce important, les amendes et le nombre de personnes touchées ont un effet dissuasif général.
	Sensibilisation (participation et engagement)	■ Augmentation du nombre de plaintes par suite d'une campagne d'information. ■ Information fournie par les dénonciateurs sur le télémarketing trompeur pratiqué par leurs employeurs.
Partenaires, coprestataires et intervenants	**Climat favorable**	■ La police provinciale de l'Ontario, le Service de police de la Communauté urbaine de Montréal et PhoneBusters travaillent en partenariat pour réunir des renseignements, découvrir les centres de vente sous pression au Canada et étayer les enquêtes. ■ La GRC peut donner son appui pour les écoutes électroniques.

	ACTIVITÉS ET EXTRANTS
Bureau de la concurrence, Industrie Canada	■ Les modifications apportées à la *Loi sur la concurrence* qui sont entrées en vigueur en 1999 ont fait du télémarketing trompeur une infraction criminelle entraînant une peine maximale de cinq ans d'emprisonnement et l'imposition d'une amende, à la discrétion du tribunal. ■ Les modifications prévoient la protection des personnes qui fournissent de l'information au Bureau de la concurrence (les dénonciateurs) de toute sanction disciplinaire imposée par leur employeur. ■ Les modifications prévoient également l'interception sans consentement, avec autorisation des autorités judiciaires, des communications privées (écoute téléphonique) pour lutter contre les infractions graves de télémarketing trompeur. ■ Une campagne de communication a été lancée à l'intention des personnes âgées, qui sont les principales victimes du télémarketing (« Combattez la fraude par téléphone. C'est un piège! »).

Investissement

Pour appuyer la stratégie d'investissement fédérale, Industrie Canada a travaillé avec des partenaires fédéraux, notamment Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC) — organisme conjoint d'Industrie Canada et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) — de même qu'avec les gouvernements et les organismes provinciaux et territoriaux et le secteur privé. Les activités menées par Industrie Canada ont permis d'élaborer et de mettre en œuvre des projets particuliers relatifs à la politique d'investissement et visant à promouvoir l'image de marque du Canada, à attirer l'investissement dans les marchés et les secteurs prioritaires et à stimuler l'investissement dans les PME et les entreprises autochtones.

On évalue à 366,6 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, pour promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Renforcer la confiance dans le marché

Le Canada doit offrir un milieu d'affaires concurrentiel pour attirer les investisseurs du monde entier. L'un de ses principaux défis consistera à cerner les principaux obstacles (tant réels que perçus en tant que tels) à l'investissement étranger et intérieur au pays. En éliminant les obstacles réglementaires, il convient par ailleurs de veiller à ce que les changements ne portent pas atteinte à l'intérêt public que ces règlements visent à protéger, en particulier dans les domaines de la sécurité et de la protection du public. D'autres obstacles peuvent être levés en apportant des changements relativement simples aux règlements en vigueur. En 2001-2002, par exemple, pour donner suite aux préoccupations soulevées par des investisseurs, Industrie Canada a modifié la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés* de 2001, en donnant plus d'ampleur au programme et en l'intégrant au régime d'immigration du Canada. Le Ministère a travaillé à cette question avec PIC, Citoyenneté et Immigration Canada (CIC) et DRHC. Industrie Canada a également collaboré avec d'autres partenaires, notamment avec des organismes de réglementation comme Environnement Canada et l'Agence de protection de l'environnement des États-Unis, pour régler entre autres la question des renseignements relatifs aux nouvelles substances et harmoniser les règlements portant sur les produits chimiques.

Il faut établir des partenariats plus puissants et plus stratégiques pour améliorer le climat d'investissement. L'industrie gazière et pétrolière du Canada atlantique donne une bonne idée des mesures prises en ce sens. Industrie Canada a renforcé ses relations avec la National Ocean Industries Association (NOIA), la Offshore Technology Association of Nova Scotia (OTANS) et l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA), entre autres partenaires, en vue de travailler collectivement à accroître l'investissement complémentaire et à stimuler

Secteurs d'investissement prioritaires

En cernant et en ciblant des secteurs d'investissement prioritaires, Industrie Canada et ses partenaires ont été en mesure d'élaborer des stratégies de marketing et de communication sectorielles, y compris la présentation Pensez Canada! et une trousse documentaire pour le Web.

Ces stratégies ont été mises en œuvre dans le cadre de missions d'Équipe Canada et d'événements comme le Forum économique mondial et Forbes au Canada. Par ailleurs, pour améliorer l'élaboration de politiques et les décisions en matière d'investissement, un cadre stratégique a été préparé pour examiner les priorités, les secteurs et les marchés géographiques. En 2001-2002, 15 tables rondes sur l'investissement ont été organisées sous l'égide de PIC, et l'on a dressé des plans d'action ciblant 10 marchés prioritaires.

Les secteurs d'investissement prioritaires d'Industrie Canada sont :

- les technologies de l'information et des télécommunications (TIC);
- les sciences de la vie;
- l'aérospatiale et la défense;
- les secteurs de l'automobile;
- les technologies énergétiques;
- les produits chimiques.

Agriculture et Agroalimentaire Canada ainsi que Ressources naturelles Canada sont les principaux partenaires sectoriels. (**www.investiraucanada.gc.ca**)

les activités à valeur ajoutée dans le secteur de la mise en valeur des ressources en mer. Cette coopération faisait partie de la Stratégie d'investissement pour le secteur d'exploitation du pétrole et du gaz naturel en mer.

En outre, le Ministère et PIC ont travaillé en étroite collaboration avec le MAECI, l'Agence des douanes et du revenu du Canada, CIC, Transports Canada et des partenaires provinciaux pour faire en sorte que la stratégie adoptée pour régler la situation à la frontière, au lendemain des événements du 11 septembre 2001, ne compromette pas l'image du Canada comme lieu d'investissement.

Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement

Dans *Atteindre l'excellence*, le gouvernement a réitéré l'importance de faire valoir le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement. Les études révèlent en effet un manque de sensibilisation des entreprises, qui ne considèrent pas le Canada comme une destination privilégiée pour leurs investissements. Pour surmonter cette difficulté, Industrie Canada a travaillé en collaboration avec PIC au lancement d'une campagne pangouvernementale visant à faire valoir l'image de marque du pays. Le principal objectif de la campagne était de rehausser la visibilité du Canada et de mieux faire ressortir les avantages inhérents aux entreprises canadiennes et aux investissements au pays. Pour s'assurer que la campagne cible bien les principaux problèmes liés à l'image de marque, plusieurs sondages ont été réalisés afin de mieux connaître la perception des investisseurs et de cerner les facteurs qui pourraient avoir une incidence sur l'efficacité de la politique en matière d'investissement. Outre les sondages effectués aux États-Unis, dans le cadre des projets pilotes d'amélioration de l'image de marque, mentionnons entre autres les sondages s'adressant à des entreprises ou à des particuliers proposant des sites d'investissement éventuels, ceux visant des groupes d'investisseurs importants de même que les activités d'analyse des médias.

Comparaison des coûts pour les entreprises

Industrie Canada a fait connaître les résultats d'une étude visant à comparer les coûts des entreprises en activité en Amérique du Nord, en Europe et au Japon, réalisée dernièrement par KPMG. L'étude a montré qu'en 2002, c'est au Canada qu'il est le plus économique de démarrer et d'exploiter une entreprise. Par rapport aux États-Unis, les coûts y sont de 14,5 p. 100 plus avantageux. Dans le cadre de différents événements nationaux et internationaux, le Ministère a fait valoir les attraits du Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement. Industrie Canada a également utilisé les résultats à l'appui de ses activités de promotion de l'investissement pour continuer à attirer et à conserver l'investissement étranger et intérieur en territoire canadien. Le premier ministre et les ministres ont aussi joué des rôles de premier plan comme ambassadeurs de l'image de marque, dans le cadre des différentes missions d'Équipe Canada, des campagnes menées par KPMG et du Forum économique mondial qui a eu lieu à New York.
(**www.choixconcurrentiels.com**)

Afin de stimuler l'IED, il est important de déterminer les secteurs industriels qui offrent les meilleures possibilités d'avantages économiques et où le Canada est concurrentiel en matière d'investissement. Industrie Canada a veillé à mieux faire connaître le Canada dans plusieurs secteurs prioritaires (**www.investiraucanada.gc.ca**): il a notamment fait la promotion des Prairies pour l'investissement dans les TIC. En septembre 2001, des investisseurs de capital de risque ont assisté au Banff Venture Forum, alors qu'une délégation de leaders des télécommunications sans fil se réunissait à Calgary pour discuter de l'avenir de ce secteur et du potentiel de débouchés pour l'économie albertaine et canadienne. Au Manitoba, plusieurs conférences ont été organisées dans le cadre du Projet M, pour faciliter les affaires entre plus de 350 chefs de file des TIC de la province et du Minnesota.

Une visite multisectorielle au Japon, au plus haut niveau, a également redoré l'image de marque du Canada. Dans le cadre de rencontres fructueuses, les Canadiens ont visité plusieurs entreprises de différents secteurs, y compris de l'industrie aérospatiale. Par la suite, un symposium de l'industrie aérospatiale japonaise de haut niveau a été organisé au Canada.

Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels

En collaboration avec PIC et d'autres partenaires, Industrie Canada a orchestré des campagnes d'investissement ciblées pour attirer de nouveaux investissements ainsi que conserver et accroître les investissements actuels au pays. Le Ministère a concentré ses efforts sur les possibilités d'investissement dans les secteurs prioritaires et les marchés ciblés et a mené à bien les activités suivantes.

- Dans le cadre de 12 campagnes de promotion de l'investissement organisées et menées dans des marchés prioritaires à l'étranger sous la direction des sous-ministres fédéraux, 70 entreprises ont été abordées. En collaboration avec les ambassades du Canada à l'étranger, Industrie Canada a coordonné les services de soutien pour répondre aux besoins en matière d'investissement de multinationales ciblées au Canada et outremer. Grâce en partie au Programme de jumelage des sous-ministres avec les pays investisseurs prioritaires, une dizaine de missions d'investisseurs venus de France, de Singapour, du Japon, des États-Unis, du Royaume-Uni et d'Allemagne ont été organisées et coordonnées. Le Ministère a reçu plus de 700 demandes de renseignements sur l'investissement provenant d'investisseurs potentiels de tous les coins du monde.
- En 2001-2002, le Ministère a apporté un soutien actif aux missions d'Équipe Canada. Ce programme a ciblé des secteurs et des marchés prioritaires aux États-Unis, au Japon, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en France, en Italie, en Allemagne et en Suède.

Gestionnaires des comptes chargés des relations avec les entreprises

Industrie Canada a mis en place un vaste réseau de gestionnaires chargés des relations avec les entreprises qui, par le truchement de tables rondes, de séries de conférences, de cours de formation et d'activités visant la création de réseaux, contribuent à la coordination et à l'élaboration de messages de base en matière d'investissement, à nouer des relations et à trouver des débouchés. Le Ministère a également cerné le besoin de mettre en place une équipe d'agents d'investissement hautement qualifiés et lancé un programme de formation avec des partenaires en matière d'investissement, comme Agriculture et Agroalimentaire Canada, le MAECI et PIC; ce programme sera mis en œuvre dans toutes les régions du pays. Il a également mis au point et diffusé une trousse d'outils à l'intention des gestionnaires des comptes chargés des relations avec les entreprises, afin d'offrir un guichet unique aux agents fédéraux chargés de la promotion de l'investissement et du commerce.

Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

Un élément clé de la stratégie d'investissement fédérale consiste à aider les PME canadiennes à former des partenariats d'investissement international favorisant la croissance au pays. À l'intention des PME canadiennes et de groupes ciblés, notamment la population autochtone et les collectivités rurales, Industrie Canada établit des politiques et fournit des renseignements et des services en temps opportun.

Le Ministère a appuyé les PME et les entreprises autochtones en élaborant et en mettant en œuvre la *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada*, qui a facilité l'accès des PME à environ 11 000 prêts, représentant un investissement de l'ordre de 1,2 milliard de dollars pour appuyer la modernisation, l'amélioration ou l'expansion de ces entreprises. En partenariat avec des organismes communautaires dans 22 collectivités des différentes régions du Canada, le Ministère a aidé les entreprises à préparer la présentation de demandes de financement aux investisseurs et à trouver du capital de risque grâce au Plan d'investissement communautaire du Canada. Par conséquent, au cours des quatre dernières années, près de 220 millions de dollars ont été investis dans plus de 340 entreprises, en dehors des grands centres financiers. Bien que les fonds des contribuables aient servi à financer en partie le coût des 22 services locaux de facilitation de l'investissement, on n'a pas eu recours aux fonds publics pour les investissements, lesquels provenaient entièrement d'investisseurs privés et d'entreprises de services financiers.

les activités à valeur ajoutée dans le secteur de la mise en valeur des ressources en mer. Cette coopération faisait partie de la Stratégie d'investissement pour le secteur d'exploitation du pétrole et du gaz naturel en mer.

En outre, le Ministère et PIC ont travaillé en étroite collaboration avec le MAECI, l'Agence des douanes et du revenu du Canada, CIC, Transports Canada et des partenaires provinciaux pour faire en sorte que la stratégie adoptée pour régler la situation à la frontière, au lendemain des événements du 11 septembre 2001, ne compromette pas l'image du Canada comme lieu d'investissement.

Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement

Dans *Atteindre l'excellence*, le gouvernement a réitéré l'importance de faire valoir le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement. Les études révèlent en effet un manque de sensibilisation des entreprises, qui ne considèrent pas le Canada comme une destination privilégiée pour leurs investissements. Pour surmonter cette difficulté, Industrie Canada a travaillé en collaboration avec PIC au lancement d'une campagne pangouvernementale visant à faire valoir l'image de marque du pays. Le principal objectif de la campagne était de rehausser la visibilité du Canada et de mieux faire ressortir les avantages inhérents aux entreprises canadiennes et aux investissements au pays. Pour s'assurer que la campagne cible bien les principaux problèmes liés à l'image de marque, plusieurs sondages ont été réalisés afin de mieux connaître la perception des investisseurs et de cerner les facteurs qui pourraient avoir une incidence sur l'efficacité de la politique en matière d'investissement. Outre les sondages effectués aux États-Unis, dans le cadre des projets pilotes d'amélioration de l'image de marque, mentionnons entre autres les sondages s'adressant à des entreprises ou à des particuliers proposant des sites d'investissement éventuels, ceux visant des groupes d'investisseurs importants de même que les activités d'analyse des médias.

Comparaison des coûts pour les entreprises

Industrie Canada a fait connaître les résultats d'une étude visant à comparer les coûts des entreprises en activité en Amérique du Nord, en Europe et au Japon, réalisée dernièrement par KPMG. L'étude a montré qu'en 2002, c'est au Canada qu'il est le plus économique de démarrer et d'exploiter une entreprise. Par rapport aux États-Unis, les coûts y sont de 14,5 p. 100 plus avantageux. Dans le cadre de différents événements nationaux et internationaux, le Ministère a fait valoir les attraits du Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement. Industrie Canada a également utilisé les résultats à l'appui de ses activités de promotion de l'investissement pour continuer à attirer et à conserver l'investissement étranger et intérieur en territoire canadien. Le premier ministre et les ministres ont aussi joué des rôles de premier plan comme ambassadeurs de l'image de marque, dans le cadre des différentes missions d'Équipe Canada, des campagnes menées par KPMG et du Forum économique mondial qui a eu lieu à New York.
(**www.choixconcurrentiels.com**)

Afin de stimuler l'IED, il est important de déterminer les secteurs industriels qui offrent les meilleures possibilités d'avantages économiques et où le Canada est concurrentiel en matière d'investissement. Industrie Canada a veillé à mieux faire connaître le Canada dans plusieurs secteurs prioritaires (**www.investiraucanada.gc.ca**); il a notamment fait la promotion des Prairies pour l'investissement dans les TIC. En septembre 2001, des investisseurs de capital de risque ont assisté au Banff Venture Forum, alors qu'une délégation de leaders des télécommunications sans fil se réunissait à Calgary pour discuter de l'avenir de ce secteur et du potentiel de débouchés pour l'économie albertaine et canadienne. Au Manitoba, plusieurs conférences ont été organisées dans le cadre du Projet M, pour faciliter les affaires entre plus de 350 chefs de file des TIC de la province et du Minnesota.

Une visite multisectorielle au Japon, au plus haut niveau, a également redoré l'image de marque du Canada. Dans le cadre de rencontres fructueuses, les Canadiens ont visité plusieurs entreprises de différents secteurs, y compris de l'industrie aérospatiale. Par la suite, un symposium de l'industrie aérospatiale japonaise de haut niveau a été organisé au Canada.

Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels

En collaboration avec PIC et d'autres partenaires, Industrie Canada a orchestré des campagnes d'investissement ciblées pour attirer de nouveaux investissements ainsi que conserver et accroître les investissements actuels au pays. Le Ministère a concentré ses efforts sur les possibilités d'investissement dans les secteurs prioritaires et les marchés ciblés et a mené à bien les activités suivantes.

- Dans le cadre de 12 campagnes de promotion de l'investissement organisées et menées dans des marchés prioritaires à l'étranger sous la direction des sous-ministres fédéraux, 70 entreprises ont été abordées. En collaboration avec les ambassades du Canada à l'étranger, Industrie Canada a coordonné les services de soutien pour répondre aux besoins en matière d'investissement de multinationales ciblées au Canada et outremer. Grâce en partie au Programme de jumelage des sous-ministres avec les pays investisseurs prioritaires, une dizaine de missions d'investisseurs venus de France, de Singapour, du Japon, des États-Unis, du Royaume-Uni et d'Allemagne ont été organisées et coordonnées. Le Ministère a reçu plus de 700 demandes de renseignements sur l'investissement provenant d'investisseurs potentiels de tous les coins du monde.
- En 2001-2002, le Ministère a apporté un soutien actif aux missions d'Équipe Canada. Ce programme a ciblé des secteurs et des marchés prioritaires aux États-Unis, au Japon, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en France, en Italie, en Allemagne et en Suède.

Gestionnaires des comptes chargés des relations avec les entreprises

Industrie Canada a mis en place un vaste réseau de gestionnaires chargés des relations avec les entreprises qui, par le truchement de tables rondes, de séries de conférences, de cours de formation et d'activités visant la création de réseaux, contribuent à la coordination et à l'élaboration de messages de base en matière d'investissement, à nouer des relations et à trouver des débouchés. Le Ministère a également cerné le besoin de mettre en place une équipe d'agents d'investissement hautement qualifiés et lancé un programme de formation avec des partenaires en matière d'investissement, comme Agriculture et Agroalimentaire Canada, le MAECI et PIC; ce programme sera mis en œuvre dans toutes les régions du pays. Il a également mis au point et diffusé une trousse d'outils à l'intention des gestionnaires des comptes chargés des relations avec les entreprises, afin d'offrir un guichet unique aux agents fédéraux chargés de la promotion de l'investissement et du commerce.

Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

Un élément clé de la stratégie d'investissement fédérale consiste à aider les PME canadiennes à former des partenariats d'investissement international favorisant la croissance au pays. À l'intention des PME canadiennes et de groupes ciblés, notamment la population autochtone et les collectivités rurales, Industrie Canada établit des politiques et fournit des renseignements et des services en temps opportun.

Le Ministère a appuyé les PME et les entreprises autochtones en élaborant et en mettant en œuvre la *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada*, qui a facilité l'accès des PME à environ 11 000 prêts, représentant un investissement de l'ordre de 1,2 milliard de dollars pour appuyer la modernisation, l'amélioration ou l'expansion de ces entreprises. En partenariat avec des organismes communautaires dans 22 collectivités des différentes régions du Canada, le Ministère a aidé les entreprises à préparer la présentation de demandes de financement aux investisseurs et à trouver du capital de risque grâce au Plan d'investissement communautaire du Canada. Par conséquent, au cours des quatre dernières années, près de 220 millions de dollars ont été investis dans plus de 340 entreprises, en dehors des grands centres financiers. Bien que les fonds des contribuables aient servi à financer en partie le coût des 22 services locaux de facilitation de l'investissement, on n'a pas eu recours aux fonds publics pour les investissements, lesquels provenaient entièrement d'investisseurs privés et d'entreprises de services financiers.

Par l'intermédiaire des Sociétés d'aide au développement des collectivités de l'Ontario, le Ministère a assuré des services d'investissements et de conseils commerciaux à plus de 1 418 entreprises ontariennes, ce qui a permis la création ou le maintien de 4 280 emplois au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2001-2002 et suscité des investissements de 30,1 millions de dollars provenant d'autres sources.

Entreprise autochtone Canada (EAC), une direction générale d'Industrie Canada exerçant ses activités par l'intermédiaire de 7 bureaux régionaux et de 15 organismes externes de service, a investi plus de 30 millions de dollars dans le démarrage et l'expansion d'entreprises autochtones, suscitant ainsi d'autres investissements de plus de 50 millions. En outre, EAC a travaillé en partenariat avec l'Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor), des organismes régionaux ainsi que le ministère des Affaires indiennes et du Nord du Canada, dans le cadre de l'Initiative de développement des entreprises autochtones. Le programme a donné aux entreprises autochtones un meilleur accès au capital, en plus de faciliter l'accès des populations autochtones à d'autres programmes fédéraux.

Bâtir l'infrastructure du XXIe siècle

Industrie Canada est responsable de la mise en œuvre du Programme d'infrastructures Canada-Ontario (PICO), qui prévoit un investissement fédéral de 680,7 millions de dollars, réparti sur six ans, versé dans le cadre d'un projet de partenariat avec l'Ontario, ses administrations locales et le secteur privé. Le PICO a pour but d'améliorer la qualité de vie de la population ontarienne par l'entremise d'investissements dans les infrastructures municipales urbaines et rurales de la province. Les infrastructures municipales « vertes » sont au premier plan des priorités de ce programme et au moins 40 p. 100 des fonds sont consacrés entre autres à l'amélioration des réseaux municipaux d'aqueduc et des installations de traitement d'eau. Le PICO investit également dans la création de collectivités modernes, élément essentiel pour attirer et retenir les travailleurs du savoir et accroître la compétitivité du Canada dans l'économie mondiale. Le gouvernement fédéral a engagé 125,8 millions pour la réalisation de 180 projets, approuvés et annoncés dans le cadre de ce programme en 2001-2002.

Par l'intermédiaire des Sociétés d'aide au développement des collectivités de l'Ontario, le Ministère a assuré des services d'investissements et de conseils commerciaux à plus de 1 418 entreprises ontariennes, ce qui a permis la création ou le maintien de 4 280 emplois au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2001-2002 et suscité des investissements de 30,1 millions de dollars provenant d'autres sources.

Entreprise autochtone Canada (EAC), une direction générale d'Industrie Canada exerçant ses activités par l'intermédiaire de 7 bureaux régionaux et de 15 organismes externes de service, a investi plus de 30 millions de dollars dans le démarrage et l'expansion d'entreprises autochtones, suscitant ainsi d'autres investissements de plus de 50 millions. En outre, EAC a travaillé en partenariat avec l'Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor), des organismes régionaux ainsi que le ministère des Affaires indiennes et du Nord du Canada, dans le cadre de l'Initiative de développement des entreprises autochtones. Le programme a donné aux entreprises autochtones un meilleur accès au capital, en plus de faciliter l'accès des populations autochtones à d'autres programmes fédéraux.

Bâtir l'infrastructure du XXIe siècle

Industrie Canada est responsable de la mise en œuvre du Programme d'infrastructures Canada-Ontario (PICO), qui prévoit un investissement fédéral de 680,7 millions de dollars, réparti sur six ans, versé dans le cadre d'un projet de partenariat avec l'Ontario, ses administrations locales et le secteur privé. Le PICO a pour but d'améliorer la qualité de vie de la population ontarienne par l'entremise d'investissements dans les infrastructures municipales urbaines et rurales de la province. Les infrastructures municipales « vertes » sont au premier plan des priorités de ce programme et au moins 40 p. 100 des fonds sont consacrés entre autres à l'amélioration des réseaux municipaux d'aqueduc et des installations de traitement d'eau. Le PICO investit également dans la création de collectivités modernes, élément essentiel pour attirer et retenir les travailleurs du savoir et accroître la compétitivité du Canada dans l'économie mondiale. Le gouvernement fédéral a engagé 125,8 millions pour la réalisation de 180 projets, approuvés et annoncés dans le cadre de ce programme en 2001-2002.

Commerce

Industrie Canada a, entre autres, pour mandat d'aider les Canadiens à être plus productifs et concurrentiels dans l'économie mondiale du savoir d'aujourd'hui. En ce qui a trait au commerce, le Ministère fait valoir les avantages de l'exportation et appuie les PME afin qu'elles soient plus concurrentielles sur le marché mondial. Il aide également les entreprises canadiennes bien établies à s'implanter sur les marchés étrangers et fait la promotion du Canada en tant que fournisseur de produits et de services de qualité. En outre, Industrie Canada travaille avec le MAECI à la défense et à la promotion des intérêts commerciaux du pays.

On évalue à 31,4 millions de dollars les ressources financières qui ont été allouées, durant l'année 2001-2002, pour travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux.

Réalisations par principal engagement en matière de résultats

Maintenir et améliorer l'accès aux marchés

Pour soutenir la concurrence dans le marché mondial actuel, les exportateurs canadiens, tant chevronnés que novices, doivent pouvoir compter sur un environnement commercial prévisible et ouvert. Le gouvernement du Canada s'est engagé à éliminer les obstacles dans les marchés clés, à assurer un accès continu aux marchés actuels et à moderniser les frontières communes. La mondialisation est à l'origine d'un nombre croissant de décisions stratégiques prises par l'État dans des domaines considérés autrefois comme relevant de la politique intérieure, qui donnent lieu à des discussions, à la coopération et à des négociations internationales. Industrie Canada participe activement à ces discussions et, en partenariat avec le MAECI et le ministère des Finances, a veillé à la bonne marche d'un programme de politique commerciale dynamique.

En novembre 2001, les pays membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ont lancé une nouvelle série de négociations commerciales multilatérales. Le Canada a déposé son offre initiale concernant les services en mars 2002. Admise au sein de l'OMC, la Chine est maintenant assujettie à ses règles, entre autres, à l'obligation de transparence et aux engagements relatifs à l'accès au marché, tant pour les produits que pour les services. L'ébauche de l'Accord de libre-échange des Amériques a été rendue publique et des progrès importants ont été réalisés dans l'élaboration d'un cadre de négociations détaillé. L'analyse et les consultations suivent leur cours et l'on envisage de déposer les demandes et les offres canadiennes au cours du prochain exercice. Le Ministère a participé activement à la défense des intérêts des secteurs canadiens de l'aéronautique et du bois d'œuvre résineux.

Relativement au différend sur le bois d'œuvre résineux, le groupe spécial de l'OMC a statué en juin 2001 que les restrictions à l'exportation de grumes ne représentent pas des subventions pouvant donner matière à compensation. Le Canada a contesté divers éléments des décisions américaines relatives aux mesures antidumping et à la compensation, aux termes de l'OMC et du chapitre 19 de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Les rapports sont attendus en 2002.

Les discussions bilatérales avec le Brésil se poursuivent, dans le but de parvenir à une solution concernant les subventions à l'industrie aéronautique. En février 2002, le Canada a annoncé qu'il ne ferait pas appel par suite du rapport du comité spécial de l'OMC concernant les programmes de financement des exportations canadiennes visant les avions à réaction de transport régional, qui ont été mis en place pour faire pendant à l'appui fourni par le Brésil à son avion Embraer. Le Brésil cherche maintenant à obtenir, par l'intermédiaire du processus d'arbitrage de l'OMC, des dommages et intérêts qui l'indemniseraient pour les mesures prises par le Canada.

Industrie Canada joue un rôle important dans la négociation d'accords de reconnaissance mutuelle (ARM) sectoriels et de protocoles d'entente. Ces accords sont particulièrement importants dans le secteur des TIC. On estime que les entreprises canadiennes qui font des affaires sur les marchés étrangers visés par les ARM peuvent gagner six mois dans le temps nécessaire pour acheminer les produits aux marchés, et épargner 100 000 $ par an, par type de produit. Ces accords ont notamment pour effet de simplifier considérablement les exigences pour pénétrer

les marchés de l'Union européenne et des pays membres de l'Association européenne de libre-échange (AELE). Ils simplifient et facilitent également l'accès aux marchés des pays des Amériques et de la région de l'Asie-Pacifique. Au pays, le régime réglementaire canadien de télécommunications a été simplifié et le modèle réglementaire canadien a été « exporté ». Différents pays en développement l'ont adopté, ce qui prouve clairement les liens entre le marché et le commerce.

Industrie Canada collabore étroitement avec les gouvernements provinciaux et territoriaux à lever les obstacles au commerce intérieur. Des progrès ont été faits en vue d'intégrer un chapitre sur l'énergie à l'Accord sur le commerce intérieur.

Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs

Depuis 1993, le nombre d'exportateurs a augmenté de près de 30 p. 100, pour s'établir à 38 000 établissements d'exportation. Comme dans de nombreux autres pays, une poignée d'exportateurs sont responsables du gros des exportations. Au Canada, 83,6 p. 100 des exportations sont réalisées par 4,2 p. 100 des exportateurs. Les données pour 2000 indiquent que la valeur des ventes à l'exportation d'un peu plus de 27 000 exportateurs était inférieure dans chaque cas à un million de dollars. La plupart des établissements comptent moins de 50 employés. Nombre de ces PME ont le potentiel de devenir des exportateurs ou d'exporter régulièrement.

Nombre de ces PME ont de la difficulté à trouver l'information qui leur permettra de se préparer à relever le défi de l'exportation. Elles se posent bien des questions fondamentales concernant les rouages de l'exportation et l'acheminement outre-frontière des biens et la plupart en sont à leurs premières armes dans le monde des affaires. Industrie Canada, en particulier par l'entremise des Centres de commerce international (CCI) (**cci.gc.ca**), propose des programmes et des services aux nouveaux exportateurs, pour les sensibiliser aux avantages et aux rouages de l'exportation et les aider à améliorer leur capacité de réussir dans ces marchés de façon permanente. Ces PME peuvent recevoir des services-conseils à l'exportation individuels ou d'autres formes d'aide pour les aider à faire leur entrée sur le marché, notamment au moyen de séminaires, d'ateliers ou d'autres activités. En 2001-2002, les CCI ont organisé plus de 1 000 activités, qui ont attiré 27 000 participants. D'après les sondages menés auprès de la clientèle, 80 p. 100 des participants ont précisé qu'ils se renseigneraient davantage sur des marchés d'exportation bien précis; 64 p. 100, qu'ils partiraient à la recherche de débouchés sur certains marchés d'exportation et 54 p. 100, qu'ils modifieraient leur approche en matière d'exportation.

De nouveaux outils ont été mis au point pour répondre aux besoins en information des exportateurs, notamment un cédérom visant à les aider à mieux comprendre, préparer et utiliser les lettres de crédit. Cette initiative a été primée à la foire de la fonction publique axée sur la qualité, pour la façon dont le CCI de l'Ontario a sollicité et mis à profit le point de vue des clients en élaborant cet outil d'information.

Développer les marchés étrangers

Les biens et services canadiens exportés aux États-Unis représentent de loin la plus grande part des exportations canadiennes. Les nouveaux exportateurs sont nombreux à se tourner vers les États-Unis pour leur première expérience en matière d'exportation et certaines entreprises canadiennes choisissent différentes régions des États-Unis plutôt que de cibler d'autres marchés étrangers. On encourage les

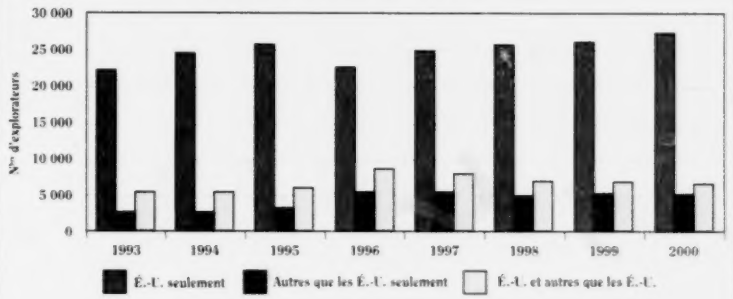
Initiative des villes durables

L'Initiative des villes durables repose sur une démarche multisectorielle et multipartite de développement du commerce, qui met l'accent sur les problèmes auxquels se heurtent les villes dans les économies en développement. Plus de 340 entreprises et organismes gouvernementaux et non gouvernementaux du Canada participent à ce projet pilote.

Depuis 1999, dans les cinq villes participant à l'Initiative pilote — Salvador, au Brésil; Qingdao, en Chine; Katowice, en Pologne; San José, au Costa Rica; et Cordoba, en Argentine — on a recensé des projets éventuels totalisant 3 milliards de dollars, dont la mise en œuvre pourrait s'étendre sur 7 ans. Sur ce total, des entreprises et organisations canadiennes s'emploient déjà à réaliser des projets évalués à 2 milliards, rendement intéressant pour un investissement fédéral qui se chiffre à environ 1,5 million jusqu'à présent. Parmi les domaines de coopération, mentionnons les systèmes de gestion durable des déchets à grande échelle, les plans d'aménagement ou d'expansion des réseaux de collecteurs pluviaux ou d'égouts, le tourisme, les télécommunications, la gestion de l'énergie et le transport urbain. (**strategis.gc.ca/SSGF/vi00007f.html**)

exportateurs canadiens à élargir leurs activités d'exportation et environ 28 p. 100 d'entre eux exportent leurs produits ou services dans des marchés étrangers autres que les États-Unis. Comme le montre la figure 7, quelque 5 000 exportateurs exportent exclusivement dans des marchés non américains. Les exportateurs canadiens qui souhaitent accroître leurs activités d'exportation et diversifier leurs marchés étrangers ont besoin d'information sur ces marchés pour prendre des décisions d'affaires éclairées.

Figure 7 — Nombre d'exportateurs selon la destination des exportations canadiennes



Source : Statistique Canada, Division du commerce international, Registre des exportateurs.

Industrie Canada, en collaboration avec le MAECI, a géré le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) d'Équipe Canada inc. En 2001-2002, le COAI a communiqué avec plus de 16 000 entreprises canadiennes pour leur proposer plus de 5 300 débouchés internationaux. Les entreprises ont ainsi réalisé des ventes dépassant 8 millions de dollars et elles prévoient des ventes supplémentaires de 5 millions.

Les exportations canadiennes de produits non axés sur les ressources continuent de progresser et de représenter une proportion croissante des exportations totales. Néanmoins, il faut renforcer la réputation du Canada en tant que source de produits à valeur ajoutée de haute technologie. Le Ministère aide les entreprises qui exportent ces produits en les renseignant sur les marchés, en dirigeant des missions commerciales, en organisant des activités pour faire valoir l'expertise canadienne et en favorisant une plus grande présence canadienne aux foires commerciales internationales.

Stimuler l'expansion du commerce international de façon plus coordonnée et concertée

Le Ministère demeure un membre à part entière d'Équipe Canada inc, important réseau au sein duquel 23 ministères et organismes fédéraux se regroupent pour offrir des programmes et des services aux exportateurs canadiens. Dans les régions, les Centres de commerce international d'Industrie Canada collaborent avec tous les paliers de gouvernement et d'autres organismes par l'intermédiaire des Réseaux commerciaux régionaux. Ces partenariats sont des rouages clés pour offrir l'éventail approprié de produits et services, afin d'aider les entreprises clientes dans leurs initiatives de développement des exportations. Ce partenariat a été élargi en 2001, lorsque les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut ont conclu des protocoles d'entente sur le développement du commerce international.

Équipes sectorielles commerciales Canada

Les Équipes sectorielles commerciales Canada sont des réseaux nationaux, regroupant des partenaires des secteurs public et privé, qui planifient et mettent en œuvre des activités de promotion du commerce dans 11 secteurs prioritaires. Elles organisent notamment des salons, des séminaires, des activités de jumelage et des missions commerciales à l'étranger, en plus d'accueillir des missions étrangères. BIO, Medica, le Salon de l'aéronautique de Paris et le K Show figurent au nombre des initiatives de promotion du commerce menées en 2001-2002.

Selon les sondages effectués à l'occasion des événements organisés, en totalité ou en partie, par les Équipes, 90,5 p. 100 des clients interrogés étaient satisfaits dans l'ensemble de leur participation à ces événements, en particulier pour ce qui est d'atteindre les objectifs de l'entreprise, tandis que 86 p. 100 prévoyaient que leur participation se traduirait par des retombées financières.

les marchés de l'Union européenne et des pays membres de l'Association européenne de libre-échange (AELE). Ils simplifient et facilitent également l'accès aux marchés des pays des Amériques et de la région de l'Asie-Pacifique. Au pays, le régime réglementaire canadien de télécommunications a été simplifié et le modèle réglementaire canadien a été « exporté ». Différents pays en développement l'ont adopté, ce qui prouve clairement les liens entre le marché et le commerce.

Industrie Canada collabore étroitement avec les gouvernements provinciaux et territoriaux à lever les obstacles au commerce intérieur. Des progrès ont été faits en vue d'intégrer un chapitre sur l'énergie à l'Accord sur le commerce intérieur.

Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs

Depuis 1993, le nombre d'exportateurs a augmenté de près de 30 p. 100, pour s'établir à 38 000 établissements d'exportation. Comme dans de nombreux autres pays, une poignée d'exportateurs sont responsables du gros des exportations. Au Canada, 83,6 p. 100 des exportations sont réalisées par 4,2 p. 100 des exportateurs. Les données pour 2000 indiquent que la valeur des ventes à l'exportation d'un peu plus de 27 000 exportateurs était inférieure dans chaque cas à un million de dollars. La plupart des établissements comptent moins de 50 employés. Nombre de ces PME ont le potentiel de devenir des exportateurs ou d'exporter régulièrement.

Nombre de ces PME ont de la difficulté à trouver l'information qui leur permettra de se préparer à relever le défi de l'exportation. Elles se posent bien des questions fondamentales concernant les rouages de l'exportation et l'acheminement outre-frontière des biens et la plupart en sont à leurs premières armes dans le monde des affaires. Industrie Canada, en particulier par l'entremise des Centres de commerce international (CCI) (**cci.gc.ca**), propose des programmes et des services aux nouveaux exportateurs, pour les sensibiliser aux avantages et aux rouages de l'exportation et les aider à améliorer leur capacité de réussir dans ces marchés de façon permanente. Ces PME peuvent recevoir des services-conseils à l'exportation individuels ou d'autres formes d'aide pour les aider à faire leur entrée sur le marché, notamment au moyen de séminaires, d'ateliers ou d'autres activités. En 2001-2002, les CCI ont organisé plus de 1 000 activités, qui ont attiré 27 000 participants. D'après les sondages menés auprès de la clientèle, 80 p. 100 des participants ont précisé qu'ils se renseigneraient davantage sur des marchés d'exportation bien précis; 64 p. 100, qu'ils partiraient à la recherche de débouchés sur certains marchés d'exportation et 54 p. 100, qu'ils modifieraient leur approche en matière d'exportation.

De nouveaux outils ont été mis au point pour répondre aux besoins en information des exportateurs, notamment un cédérom visant à les aider à mieux comprendre, préparer et utiliser les lettres de crédit. Cette initiative a été primée à la foire de la fonction publique axée sur la qualité, pour la façon dont le CCI de l'Ontario a sollicité et mis à profit le point de vue des clients en élaborant cet outil d'information.

Développer les marchés étrangers

Les biens et services canadiens exportés aux États-Unis représentent de loin la plus grande part des exportations canadiennes. Les nouveaux exportateurs sont nombreux à se tourner vers les États-Unis pour leur première expérience en matière d'exportation et certaines entreprises canadiennes choisissent différentes régions des États-Unis plutôt que de cibler d'autres marchés étrangers. On encourage les

Initiative des villes durables

L'Initiative des villes durables repose sur une démarche multisectorielle et multipartite de développement du commerce, qui met l'accent sur les problèmes auxquels se heurtent les villes dans les économies en développement. Plus de 340 entreprises et organismes gouvernementaux et non gouvernementaux du Canada participent à ce projet pilote.

Depuis 1999, dans les cinq villes participant à l'Initiative pilote — Salvador, au Brésil; Qingdao, en Chine; Katowice, en Pologne; San José, au Costa Rica; et Cordoba, en Argentine — on a recensé des projets éventuels totalisant 3 milliards de dollars, dont la mise en œuvre pourrait s'étendre sur 7 ans. Sur ce total, des entreprises et organisations canadiennes s'emploient déjà à réaliser des projets évalués à 2 milliards, rendement intéressant pour un investissement fédéral qui se chiffre à environ 1,5 million jusqu'à présent. Parmi les domaines de coopération, mentionnons les systèmes de gestion durable des déchets à grande échelle, les plans d'aménagement ou d'expansion des réseaux de collecteurs pluviaux ou d'égouts, le tourisme, les télécommunications, la gestion de l'énergie et le transport urbain. (**strategis.gc.ca/SSGF/vi00007f.html**)

exportateurs canadiens à élargir leurs activités d'exportation et environ 28 p. 100 d'entre eux exportent leurs produits ou services dans des marchés étrangers autres que les États-Unis. Comme le montre la figure 7, quelque 5 000 exportateurs exportent exclusivement dans des marchés non américains. Les exportateurs canadiens qui souhaitent accroître leurs activités d'exportation et diversifier leurs marchés étrangers ont besoin d'information sur ces marchés pour prendre des décisions d'affaires éclairées.

Figure 7 — Nombre d'exportateurs selon la destination des exportations canadiennes

Source : Statistique Canada, Division du commerce international, Registre des exportateurs.

Industrie Canada, en collaboration avec le MAECI, a géré le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) d'Équipe Canada inc. En 2001-2002, le COAI a communiqué avec plus de 16 000 entreprises canadiennes pour leur proposer plus de 5 300 débouchés internationaux. Les entreprises ont ainsi réalisé des ventes dépassant 8 millions de dollars et elles prévoient des ventes supplémentaires de 5 millions.

Les exportations canadiennes de produits non axés sur les ressources continuent de progresser et de représenter une proportion croissante des exportations totales. Néanmoins, il faut renforcer la réputation du Canada en tant que source de produits à valeur ajoutée de haute technologie. Le Ministère aide les entreprises qui exportent ces produits en les renseignant sur les marchés, en dirigeant des missions commerciales, en organisant des activités pour faire valoir l'expertise canadienne et en favorisant une plus grande présence canadienne aux foires commerciales internationales.

Stimuler l'expansion du commerce international de façon plus coordonnée et concertée

Le Ministère demeure un membre à part entière d'Équipe Canada inc, important réseau au sein duquel 23 ministères et organismes fédéraux se regroupent pour offrir des programmes et des services aux exportateurs canadiens. Dans les régions, les Centres de commerce international d'Industrie Canada collaborent avec tous les paliers de gouvernement et d'autres organismes par l'intermédiaire des Réseaux commerciaux régionaux. Ces partenariats sont des rouages clés pour offrir l'éventail approprié de produits et services, afin d'aider les entreprises clientes dans leurs initiatives de développement des exportations. Ce partenariat a été élargi en 2001, lorsque les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut ont conclu des protocoles d'entente sur le développement du commerce international.

Équipes sectorielles commerciales Canada

Les Équipes sectorielles commerciales Canada sont des réseaux nationaux, regroupant des partenaires des secteurs public et privé, qui planifient et mettent en œuvre des activités de promotion du commerce dans 11 secteurs prioritaires. Elles organisent notamment des salons, des séminaires, des activités de jumelage et des missions commerciales à l'étranger, en plus d'accueillir des missions étrangères. BIO, Medica, le Salon de l'aéronautique de Paris et le K Show figurent au nombre des initiatives de promotion du commerce menées en 2001-2002.

Selon les sondages effectués à l'occasion des événements organisés, en totalité ou en partie, par les Équipes, 90,5 p. 100 des clients interrogés étaient satisfaits dans l'ensemble de leur participation à ces événements, en particulier pour ce qui est d'atteindre les objectifs de l'entreprise, tandis que 86 p. 100 prévoyaient que leur participation se traduirait par des retombées financières.

2.6 Rapports sur les autres thèmes gouvernementaux et questions de gestion

Modernisation de la fonction de contrôleur

Comme le souligne le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*, la modernisation de la fonction de contrôleur constitue l'une des principales priorités du programme fédéral de gestion moderne. Industrie Canada participe activement à la mise en œuvre de l'Initiative de modernisation de la fonction de contrôleur.

L'an dernier, le Ministère a évalué les capacités relativement à ses pratiques de gestion et cerné quatre aspects prioritaires pour la mise en œuvre de l'Initiative : les valeurs et l'éthique, la gestion du risque, la mesure du rendement et les capacités de l'expert fonctionnel, y compris le rôle de l'agent financier supérieur moderne.

Les principales réalisations d'Industrie Canada en 2001-2002 témoignent des progrès accomplis dans la promotion des pratiques de gestion moderne au sein du Ministère :

- il a mis en place un cadre stratégique et élaboré un plan d'action à l'égard de ses quatre priorités liées à la mise en œuvre de l'Initiative;
- il a élaboré son cadre de valeurs et d'éthique;
- il a acquis de nouvelles connaissances et amélioré la mesure du rendement;
- il a accru la visibilité et les activités de communication de l'Initiative et a cherché à mieux la faire connaître (par les sites intranet et Internet).

Gouvernement en direct

L'initiative Gouvernement en direct (GED) vise à fournir aux Canadiens d'ici 2005 des services intégrés, axés sur les clients. Industrie Canada a avancé à 2003 son objectif pour GED. Au cours du dernier exercice, le Ministère a recensé les principaux services qu'il offrira en ligne d'ici 2003 et accompli des progrès sur le plan du virage électronique.

Dans son dernier rapport sur les cybergouvernements, Accenture ne tarit pas d'éloges à l'égard de la nouvelle version du site du Canada (**www.canada.gc.ca**) et de ses trois portails. Le Ministère contribue au site du Canada en gérant le Portail des affaires. La plus récente version de ce portail, lancée au printemps 2002, propose aux entreprises un contenu harmonisé avec l'ensemble des provinces et des territoires du pays.

En tant que site Web servant à la mise en œuvre des programmes d'Industrie Canada, Strategis joue un rôle essentiel en regard des engagements pris en vertu de GED. Par ailleurs, ce site fournit un important contenu d'ordre commercial et économique pour les portails, de regroupement ou non, de GED.

Le 11 septembre 2001, les attentats terroristes perpétrés aux États-Unis ont renforcé l'importance de la sécurité de la technologie de l'information (TI). Industrie Canada s'est efforcé de faire en sorte que la sécurité de la TI demeure une partie intégrante de toutes les applications de GED, grâce à des mesures telles que l'adoption de la politique fédérale concernant l'évaluation des menaces et des risques.

Pour offrir les services de transactions en ligne, les institutions doivent non seulement intégrer les services administratifs, mais aussi relier et intégrer les méthodes administratives des unités fonctionnelles et des systèmes ministériels (par exemple, les systèmes financiers) pour les transactions de bout en bout. Elles doivent également ériger des plate-formes sécurisées et adapter leur culture institutionnelle à l'environnement en ligne. Avec ses partenaires, Industrie Canada a analysé la valeur et la rentabilité de ses systèmes ministériels ainsi que les possibilités de réorganisation des activités et de changement de culture. De là, il a procédé à une analyse de rentabilisation pour un projet pilote sur les services administratifs portant sur le traitement électronique des recettes issues des marques de commerce. Grâce à un partenariat avec l'initiative

Voie de communication protégée du Secrétariat du Conseil du Trésor, ce projet pilote pourrait se traduire par des avantages à l'échelle de l'administration fédérale.

Offre de services axée sur les citoyens

En vertu de l'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes*, la conception, la diffusion et l'évaluation des activités fédérales ainsi que la préparation de rapports à cet égard doivent être davantage centrées sur les citoyens. En s'inspirant des éléments de l'Initiative sur l'amélioration du service, le Ministère a pris diverses mesures pour assurer un meilleur service aux citoyens canadiens.

Industrie Canada est devenu un chef de file de la collaboration avec d'autres ministères et organismes, d'autres paliers de gouvernement et le secteur privé pour assurer des services axés sur les clients en mettant à profit des produits et une technologie de pointe, tout en continuant d'offrir aux clients un éventail de modes d'accès.

Le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), en collaboration avec les provinces et les territoires, continue d'offrir un guichet unique donnant accès à l'information sur les programmes et les services destinés aux entreprises et sur les règlements qui les régissent (**www.rcsec.org/rapport_annuel**). Les CSEC proposent un service téléphonique sans frais (1 888 576-4444), un site Web (**www.rcsec.org**), des services en personne (13 centres et 380 partenaires régionaux) et un service info-fax. Pour appuyer de façon plus particulière les entrepreneurs autochtones, les CSEC font appel au Réseau des services aux entreprises autochtones. Les CSEC encouragent le recours aux ressources du Portail des affaires, qui propose des outils Internet largement utilisés, par exemple, le Plan d'affaires interactif, l'Atelier en ligne sur la petite entreprise et le Système d'aide au démarrage d'une entreprise, visant à faciliter le démarrage et la croissance des petites entreprises. Comme en témoigne la Passerelle d'information pour le consommateur canadien (**infoconsommation.ca**), Industrie Canada met aussi l'accent sur les consommateurs. S'inscrivant elle aussi dans le cadre du GED, cette initiative assure un accès rapide et facile aux renseignements fournis aux consommateurs par le gouvernement du Canada et ses partenaires.

Consultez-nous!

Consultez-nous! fait appel à la fois à Internet et au téléphone pour aider les entreprises clientes à mener leurs recherches efficacement. Offert dans toutes les provinces à partir du site Web des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), ce service novateur sera mis en œuvre au Yukon en 2002-2003. Les utilisateurs qui ont participé à la consultation visant à évaluer le programme se sont dit satisfaits. D'après les agents d'information commerciale des CSEC, **Consultez-nous!** constitue un excellent moyen d'utiliser Internet pour assurer des services à leurs clients. D'autres partenaires (fédéraux et provinciaux) cherchent à améliorer leur site Web en y intégrant le service amélioré des CSEC.
(**vweb.cbsc.org/francais/forms/na/talktous.jsp**)

Dans les cinq grands bureaux régionaux et les points de service situés dans 50 collectivités (par le truchement des bureaux de FedNor, des Sociétés d'aide au développement des collectivités et des Sociétés de financement des Autochtones), le personnel d'Industrie Canada offre tous les produits et services du Ministère et apporte une importante dimension régionale à l'analyse des questions et des préoccupations particulières de sa clientèle variée.

La Direction générale des corporations d'Industrie Canada a lancé avec succès son service en ligne de constitution en société et les services connexes, qui permettent aux clients de présenter une demande de constitution en tout temps. Après deux années de fonctionnement, on a mené un sondage auprès des utilisateurs du Centre de dépôt électronique pour évaluer leur niveau de satisfaction. Les résultats ont permis d'établir un niveau de référence en ce qui a trait à la satisfaction. Ainsi, on a calculé le niveau de référence pour différents éléments du Centre, par exemple, la convivialité du site et la facilité à remplir les formulaires, ainsi que pour la satisfaction de la clientèle. Les clients se sont dits très satisfaits : le niveau de référence relatif à la satisfaction globale des clients a atteint 84 p. 100. Le sondage a par ailleurs aidé la Direction générale à déterminer où canaliser ses ressources pour tirer le meilleur parti des atouts du Centre, qui permettront de maintenir ou d'accroître le niveau de satisfaction des utilisateurs.

Voie de communication protégée du Secrétariat du Conseil du Trésor, ce projet pilote pourrait se traduire par des avantages à l'échelle de l'administration fédérale.

Offre de services axée sur les citoyens

En vertu de l'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes*, la conception, la diffusion et l'évaluation des activités fédérales ainsi que la préparation de rapports à cet égard doivent être davantage centrées sur les citoyens. En s'inspirant des éléments de l'Initiative sur l'amélioration du service, le Ministère a pris diverses mesures pour assurer un meilleur service aux citoyens canadiens.

Industrie Canada est devenu un chef de file de la collaboration avec d'autres ministères et organismes, d'autres paliers de gouvernement et le secteur privé pour assurer des services axés sur les clients en mettant à profit des produits et une technologie de pointe, tout en continuant d'offrir aux clients un éventail de modes d'accès.

Le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), en collaboration avec les provinces et les territoires, continue d'offrir un guichet unique donnant accès à l'information sur les programmes et les services destinés aux entreprises et sur les règlements qui les régissent (**www.rcsec.org/rapport_annuel**). Les CSEC proposent un service téléphonique sans frais (1 888 576-4444), un site Web (**www.rcsec.org**), des services en personne (13 centres et 380 partenaires régionaux) et un service info-fax. Pour appuyer de façon plus particulière les entrepreneurs autochtones, les CSEC font appel au Réseau des services aux entreprises autochtones. Les CSEC encouragent le recours aux ressources du Portail des affaires, qui propose des outils Internet largement utilisés, par exemple, le Plan d'affaires interactif, l'Atelier en ligne sur la petite entreprise et le Système d'aide au démarrage d'une entreprise, visant à faciliter le démarrage et la croissance des petites entreprises. Comme en témoigne la Passerelle d'information pour le consommateur canadien (**infoconsommation.ca**), Industrie Canada met aussi l'accent sur les consommateurs. S'inscrivant elle aussi dans le cadre du GED, cette initiative assure un accès rapide et facile aux renseignements fournis aux consommateurs par le gouvernement du Canada et ses partenaires.

Consultez-nous!

Consultez-nous! fait appel à la fois à Internet et au téléphone pour aider les entreprises clientes à mener leurs recherches efficacement. Offert dans toutes les provinces à partir du site Web des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), ce service novateur sera mis en œuvre au Yukon en 2002-2003. Les utilisateurs qui ont participé à la consultation visant à évaluer le programme se sont dit satisfaits. D'après les agents d'information commerciale des CSEC, **Consultez-nous!** constitue un excellent moyen d'utiliser Internet pour assurer des services à leurs clients. D'autres partenaires (fédéraux et provinciaux) cherchent à améliorer leur site Web en y intégrant le service amélioré des CSEC.
(**vweb.cbsc.org/francais/forms/na/talktous.jsp**)

Dans les cinq grands bureaux régionaux et les points de service situés dans 50 collectivités (par le truchement des bureaux de FedNor, des Sociétés d'aide au développement des collectivités et des Sociétés de financement des Autochtones), le personnel d'Industrie Canada offre tous les produits et services du Ministère et apporte une importante dimension régionale à l'analyse des questions et des préoccupations particulières de sa clientèle variée.

La Direction générale des corporations d'Industrie Canada a lancé avec succès son service en ligne de constitution en société et les services connexes, qui permettent aux clients de présenter une demande de constitution en tout temps. Après deux années de fonctionnement, on a mené un sondage auprès des utilisateurs du Centre de dépôt électronique pour évaluer leur niveau de satisfaction. Les résultats ont permis d'établir un niveau de référence en ce qui a trait à la satisfaction. Ainsi, on a calculé le niveau de référence pour différents éléments du Centre, par exemple, la convivialité du site et la facilité à remplir les formulaires, ainsi que pour la satisfaction de la clientèle. Les clients se sont dits très satisfaits : le niveau de référence relatif à la satisfaction globale des clients a atteint 84 p. 100. Le sondage a par ailleurs aidé la Direction générale à déterminer où canaliser ses ressources pour tirer le meilleur parti des atouts du Centre, qui permettront de maintenir ou d'accroître le niveau de satisfaction des utilisateurs.

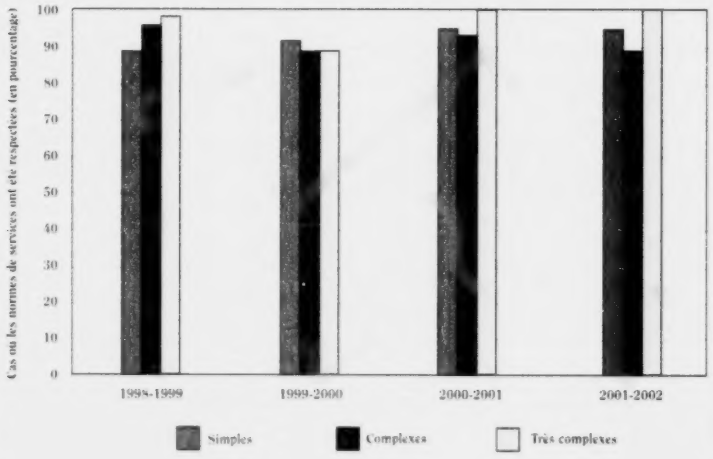
Mesures Canada a évalué l'état de ses pratiques de gestion moderne en fonction des critères d'évaluation de la fonction de contrôleur moderne. Les résultats de cette évaluation ont aidé l'organisation à mieux comprendre les capacités (ressources humaines et autres, compétences, technologie, cadre de gestion, etc.) nécessaires pour répondre aux nouvelles demandes des clients, tout en tenant compte de l'évolution de l'environnement. Les prochaines étapes englobent la mise en œuvre d'initiatives visant à tirer parti des possibilités d'amélioration recensées.

Homologation ISO de Mesures Canada

Mesures Canada a obtenu une homologation ISO 9002:1994 pour le système de gestion de la qualité de son Programme d'accréditation, ce qui montre bien que l'organisme est déterminé à appliquer des principes de gestion de la qualité en offrant ses programmes et services.

En consultant les parties intéressées, la Direction générale des fusionnements du Bureau de la concurrence a établi des normes de service à la clientèle en 1997. Depuis, elle a respecté ces normes dans 93 p. 100 des cas simples, 92 p. 100 des cas complexes et 97 p. 100 des cas très complexes. Comme le montre la figure 8, la Direction générale a amélioré le délai d'exécution dans les catégories simples et très complexes. Non seulement la mise en œuvre des normes de service a aidé les gestionnaires et les employés de la Direction générale à concentrer leurs efforts sur la rationalisation des processus et des procédures, mais aussi elle fournit les outils permettant de voir où il y a matière à amélioration dans les cas de non-respect des normes. Les parties intéressées ont formulé des commentaires sur les améliorations au chapitre de la qualité et de la rapidité des interventions depuis l'entrée en vigueur des normes de service.

Figure 8 — Respect des normes de services à la clientèle — examen des fusionnements



Source : Bureau de la concurrence, statistiques sur les normes de services de la Direction générale des fusionnements.

Milieu de travail exemplaire

Industrie Canada a appuyé les secteurs chargés de l'exécution des programmes grâce à une stratégie intégrée en matière de recrutement, de maintien en poste et de représentativité qui répond à leurs besoins et tient compte de la diversité de la population qu'ils servent.

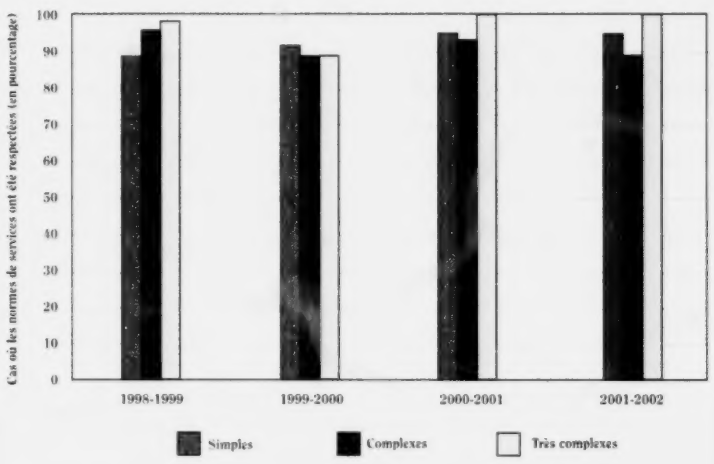
Mesures Canada a évalué l'état de ses pratiques de gestion moderne en fonction des critères d'évaluation de la fonction de contrôleur moderne. Les résultats de cette évaluation ont aidé l'organisation à mieux comprendre les capacités (ressources humaines et autres, compétences, technologie, cadre de gestion, etc.) nécessaires pour répondre aux nouvelles demandes des clients, tout en tenant compte de l'évolution de l'environnement. Les prochaines étapes englobent la mise en œuvre d'initiatives visant à tirer parti des possibilités d'amélioration recensées.

Homologation ISO de Mesures Canada

Mesures Canada a obtenu une homologation ISO 9002:1994 pour le système de gestion de la qualité de son Programme d'accréditation, ce qui montre bien que l'organisme est déterminé à appliquer des principes de gestion de la qualité en offrant ses programmes et services.

En consultant les parties intéressées, la Direction générale des fusionnements du Bureau de la concurrence a établi des normes de service à la clientèle en 1997. Depuis, elle a respecté ces normes dans 93 p. 100 des cas simples, 92 p. 100 des cas complexes et 97 p. 100 des cas très complexes. Comme le montre la figure 8, la Direction générale a amélioré le délai d'exécution dans les catégories simples et très complexes. Non seulement la mise en œuvre des normes de service a aidé les gestionnaires et les employés de la Direction générale à concentrer leurs efforts sur la rationalisation des processus et des procédures, mais aussi elle fournit les outils permettant de voir où il y a matière à amélioration dans les cas de non-respect des normes. Les parties intéressées ont formulé des commentaires sur les améliorations au chapitre de la qualité et de la rapidité des interventions depuis l'entrée en vigueur des normes de service.

Figure 8 — Respect des normes de services à la clientèle — examen des fusionnements



Source : Bureau de la concurrence, statistiques sur les normes de services de la Direction générale des fusionnements.

Milieu de travail exemplaire

Industrie Canada a appuyé les secteurs chargés de l'exécution des programmes grâce à une stratégie intégrée en matière de recrutement, de maintien en poste et de représentativité qui répond à leurs besoins et tient compte de la diversité de la population qu'ils servent.

Recrutement

- Parmi les stratégies de recrutement visant à accroître la représentativité des groupes désignés, mentionnons la participation du Ministère à un salon s'adressant aux Autochtones, à un salon axé sur l'équité en matière d'emploi ainsi qu'à un salon de l'emploi du Programme de stagiaires en gestion, auxquels les membres de minorités visibles participent en grand nombre. Industrie Canada s'est fait connaître en commanditant l'Université d'Ottawa aux Jeux du commerce. Ses représentants se sont rendus dans les campus pour le Programme de recrutement universitaire et de développement et le Ministère a eu recours au programme Cours et affectations de perfectionnement s'adressant aux Autochtones et aux membres des minorités visibles. Les résultats nets au chapitre de l'embauche indiquent un accroissement de la représentativité des minorités visibles, qui est passée de 7,4 à 7,8 p. 100 au cours de l'exercice, tandis que le maintien en poste est demeuré stable ou s'est amélioré. En outre, le niveau de représentation était égal ou supérieur à la disponibilité sur le marché du travail pour d'autres groupes désignés au titre de l'équité en emploi.
- Mécanismes d'intégration dans le cadre du programme COOP : le Ministère a cherché à encourager le développement d'une communauté des étudiants et à promouvoir les mécanismes pour favoriser les emplois à long terme.

Maintien en poste

Le succès d'Industrie Canada dans la bonne marche des programmes et des services axés sur ses cinq objectifs stratégiques repose sur les talents, les compétences et la motivation de ses employés.

- Le Ministère a offert le Programme de développement en leadership à des employés du niveau EX moins un et à des employés membres des minorités visibles du niveau EX moins deux. Il a activement fait la promotion de ce programme auprès des employés membres des minorités visibles.
- Il a nommé un sous-ministre adjoint (SMA) champion des initiatives de conciliation travail-vie personnelle pour veiller au mieux-être des employés dans le milieu de travail, en particulier l'équilibre entre le travail et la vie personnelle. Dans le cadre du Programme travail-vie personnelle, 994 personnes ont participé à 36 séances portant sur des sujets variés.
- La stratégie adoptée par les cadres supérieurs pour retenir les employés au service du Ministère consiste à continuer de miser sur des emplois stimulants, un climat de travail favorable, des possibilités de carrière et de perfectionnement professionnel et des technologies de pointe.
- Les cadres supérieurs ont approuvé la restructuration du programme de remise de prix. Les modalités relatives aux prix ont été élargies pour offrir aux lauréats des œuvres d'art autochtone et permettre de verser les primes à des organismes de bienfaisance.

Représentativité

Industrie Canada s'efforce de constituer un effectif représentatif de la population qu'il sert.

- Les comités consultatifs sur la diversité (Autochtones, minorités visibles et femmes), dirigés par les SMA champions, ont mené des recherches et des analyses. Ils élaboreront des plans d'action dans des domaines tels que le recrutement, le perfectionnement professionnel, la formation et le maintien en poste. Le Comité de la haute direction appuiera le SMA champion du Comité consultatif pour les personnes handicapées, pour les besoins de son plan d'action qui mettait l'accent sur les lignes directrices et les procédures régissant les mesures d'adaptation, le leadership et la sensibilisation ainsi que l'accès à l'information.

- Industrie Canada a offert une formation sur la gestion de la diversité. Cette formation, qui sera accrue en 2002-2003, porte sur les grandes questions de représentativité qui entrent en jeu ainsi que sur l'importance cruciale de disposer d'un effectif représentatif pour remplir son mandat.
- Le Ministère a analysé son effectif et examiné les systèmes d'emploi. Dans le but de consulter les parties intéressées, il a diffusé une première ébauche d'un plan d'action sur l'équité en matière d'emploi, qui aborde notamment la diversité ainsi que les questions des obstacles et de la sous-représentation.

Article 41 de la *Loi sur les langues officielles*

Par suite d'une évaluation de ses activités à l'appui de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles* (**www.ic.gc.ca/fpublications**), Industrie Canada, en collaboration avec les organismes de développement régional, a élaboré pour le Portefeuille de l'Industrie une stratégie visant à accroître la participation des minorités de langue officielle à ses programmes et services. Cette stratégie repose sur l'intégration des activités clés suivantes à l'échelle du Portefeuille.

- Une deuxième vague de présentations internes a aidé à faire connaître l'article 41 auprès des gestionnaires de programmes et de services. Par ailleurs, le Ministère a créé le site intranet ProAction41 (**icweb.ic.gc.ca/epic/intranet/icpa41-pa41.nsf/homepage**) pour encourager les gestionnaires à appuyer proactivement les minorités de langue officielle.
- Grâce aux recherches directes et indirectes qu'il mène, le Ministère continue d'en apprendre davantage sur les besoins des communautés de langue officielle en matière de développement économique, leur expérience en ce qui a trait à l'accès aux programmes et aux services ministériels et les mesures à sa portée dans l'exercice de son mandat pour répondre aux besoins de ces communautés.
- Dans le cadre du Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle, qui relève de Patrimoine canadien, Industrie Canada a recensé sept nouveaux projets pour venir en aide à ces communautés, ce qui a eu pour effet de multiplier par sept l'aide financière fournie par les partenaires. On visait à améliorer les programmes et les services actuels.

Section 3

Présentation de l'information consolidée

3.1 Gestion du matériel

Depuis l'entrée en vigueur de la Stratégie d'information financière, le 1er avril 2001, le Ministère saisit toute l'information se rapportant aux immobilisations, conformément à la Norme comptable du Conseil du Trésor 3.1 — Immobilisations. Au cours de l'exercice 2001-2002, le solde d'ouverture des immobilisations et des procédés administratifs mis en place a été soumis à une vérification interne pour saisir l'activité relative aux nouvelles immobilisations. On a communiqué les résultats et les observations au Bureau du vérificateur général et au contrôleur.

3.2 Achats et marchés

Rôle que jouent les achats et les marchés dans la mise en œuvre des programmes

Comme dans les autres ministères fédéraux, les activités d'achat et d'attribution de marchés à Industrie Canada ont pour objet d'obtenir des biens et des services et de réaliser les travaux de construction nécessaires à la mise en œuvre des programmes. Menées de manière à améliorer l'accès, la concurrence et l'équité, ces activités entraînent le meilleur rapport qualité-prix ou, s'il y a lieu, l'équilibre optimal des avantages globaux pour l'État et la population canadienne.

À Industrie Canada, le pouvoir de passation de marchés est décentralisé. C'est pourquoi les directions générales (gestionnaires opérationnels ou autres utilisateurs des services d'achat) sont chargées d'un large éventail d'activités relatives aux achats. Cependant, c'est aux groupes suivants qu'il incombe de veiller à ce que ces activités soient menées de façon efficace.

- *Contrats et gestion du matériel* (CGM) : L'unité des CGM est chargée de l'élaboration des stratégies d'achat, de la planification logistique, de l'établissement du coût sur le cycle de vie pour les différentes options d'achat, de l'affichage dans MERX et de l'exécution des contrats.
- *Conseil des programmes et des services — Examen des marchés* (CPS-EM) : Le CPS-EM sert de tribune aux hauts fonctionnaires du Ministère pour donner des avis et un appui au contrôleur en ce qui a trait à l'orientation du Ministère dans la mise en œuvre des politiques, des procédures de fonctionnement et des mécanismes de surveillance du rendement adoptés par l'administration fédérale et le Ministère pour les activités d'achat au sein d'Industrie Canada.
- *Secrétariat de l'examen des marchés* (SEM) : Le SEM est chargé de fournir les services de secrétariat au CPS-EM, de rédiger les politiques et d'assurer la formation.

En plus du CPS-EM, l'unité des CGM et le SEM sont chargés d'assurer des services de consultation, ainsi que de surveiller et de contrôler le processus d'achat pour s'assurer qu'il est conforme aux politiques du Conseil du Trésor et du Ministère.

Vérification et évaluation des pratiques d'achat du Ministère

Par suite de l'évaluation du cadre d'attribution des marchés commandée en 2000 par la Direction générale du contrôleur, la Direction générale de la vérification et de l'évaluation vérifie les procédures d'attribution des marchés dans deux directions générales d'Industrie Canada chaque année.

Par ailleurs, elle examine les pratiques d'attribution des marchés dans le contexte des vérifications ordinaires systématiques, comme les vérifications de programme et les vérifications régionales.

Progrès et nouvelles initiatives permettant l'adoption de pratiques d'achat efficaces et efficientes
Dans la foulée de l'évaluation de son cadre d'attribution des marchés, le Ministère a élaboré un plan de gestion pour renforcer les pratiques relatives à la responsabilité en matière de gestion ainsi qu'aux achats et à l'attribution des marchés grâce à des mesures de contrôle, à la formation, à la surveillance, à la présentation de rapports ainsi qu'à des examens et à des vérifications supplémentaires. Il a pris des mesures immédiates en créant en mars 2001 un comité d'examen des contrats. Cette fonction est assurée par le Conseil des programmes et des services. Les services de secrétariat pour ce comité sont assurés par le SEM récemment créé au sein de la Direction générale du contrôleur. À la suite de la vérification de la Direction générale des applications de l'autoroute de l'information, le Ministère a mis en œuvre un plan d'action pour renforcer la responsabilité et les pratiques en matière de gestion par différents moyens : mesures de contrôle, formation, surveillance, présentation de rapports ainsi qu'examens et vérifications supplémentaires. **www.ic.gc.ca/cmb/Welcomeic.nsf/ICPages/Menu-f**

3.3 Initiatives réglementaires

Rendement des initiatives réglementaires importantes

Objet de l'initiative réglementaire	Résultats escomptés	Résultats obtenus
Règlement sur la radiocommunication — Licences radio pour fins autres que la radiodiffusion — droits (révision) En raison des changements imposés par la nouvelle technologie, le Ministère doit adopter un nouveau barème de droits de licence pour l'utilisation du spectre à des fins autres que la radiodiffusion.	Adoption d'un nouveau barème de droits de licence pour l'utilisation du spectre à des fins autres que la radiodiffusion. Ce barème sera à la fois simple et souple pour tous les demandeurs.	En raison de difficultés imprévues concernant l'infrastructure, le Ministère a reporté la présentation du barème proposé. Entre-temps, il prend une mesure temporaire en ce qui a trait aux droits dans les zones à faible encombrement.

3.4 Stratégie de développement durable

La présente section souligne les réalisations d'Industrie Canada au chapitre du développement durable. Elle fait état des progrès réalisés en ce qui a trait à la Stratégie de développement durable du Ministère de 2000 à 2003 (SDD-II) *(voir le tableau 1, à la page 37)* ainsi que des réalisations qui vont au-delà des engagements pris à l'origine dans la SDD-II *(voir le tableau 2, à la page 38)*.

En vertu de la SDD-II, Industrie Canada s'est engagé à assurer le leadership et à former des partenariats propres à favoriser le développement durable selon les trois grands axes suivants :

- la productivité par l'écoefficacité;
- les technologies environnementales;
- l'intégration du développement durable dans le processus décisionnel.

Tableau 1 — Certaines réalisations en vertu de la Stratégie de développement durable 2000-2003 (SDD II)

Objectifs stratégiques ministériels	Réalisations en 2001-2002
1. *Productivité par l'écoefficacité* Renforcer la capacité des industries et des entreprises canadiennes d'élaborer et d'utiliser des pratiques, des outils, des technologies et des produits qui contribuent à accroître la productivité et la performance environnementale.	▪ Industrie Canada a lancé un nouveau site Web consacré à l'écoefficacité (**strategis.gc.ca/e2**) et a présenté deux outils d'évaluation de l'écoefficacité en ligne : Réaliser l'écoefficacité en trois étapes, qui s'adresse aux fabricants, ainsi qu'une introduction à l'écoefficacité. ▪ Le Ministère a conclu une entente de partenariat et élaboré le contenu Web initial de Créer des entreprises durables, ateliers régionaux sur l'écoefficacité offerts aux entreprises en collaboration avec la Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie, Ressources naturelles Canada (RNCan), Environnement Canada ainsi que des organismes et des partenaires industriels régionaux. ▪ Il a appuyé de nouveaux Réseaux de centres d'excellence, notamment celui de l'Automobile du XXI[e] siècle, qui vise à améliorer les groupes propulseurs, à réduire les émissions et à accroître la sécurité des véhicules de l'avenir, en particulier pour le bénéfice des enfants et des personnes âgées. ▪ Il a organisé le premier atelier sur les systèmes municipaux de gestion environnementale dans le cadre de Globe 2002. ▪ Il a mis au point un outil permettant aux entreprises de s'inscrire en ligne et de mettre à jour l'information les concernant dans la base de données des Solutions environnementales canadiennes. Plus de 350 entreprises ont fait des mises à jour et une centaine de nouvelles entreprises se sont inscrites. ▪ Il a commandité une étude, intitulée *Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada*, et mené les consultations initiales auprès d'associations industrielles pour sensibiliser l'industrie canadienne à la question du développement durable et l'inciter à présenter plus de rapports sur le sujet. ▪ Il a appuyé l'élaboration d'un outil d'analyse comparative de la responsabilité sociale des entreprises pour l'industrie et appuyé un sondage mené auprès de 20 pays pour connaître l'opinion publique sur la responsabilité sociale des entreprises.
2. *Technologies environnementales* Faciliter le développement et la diffusion de technologies environnementales et de technologies habilitantes qui produisent des avantages économiques et environnementaux à long terme.	▪ Industrie Canada a investi environ 75 millions de dollars dans 6 projets de Partenariat technologique Canada relatifs au développement durable, portant notamment sur les piles à combustible et d'autres technologies de l'automobile non polluantes. On prévoit que ces projets entraîneront des investissements de quelque 175 millions provenant d'autres sources. ▪ Le Ministère a organisé dans toutes les régions du Canada des ateliers portant sur les bio-produits, l'innovation et la croissance économique en milieu rural. ▪ Il a financé, par le truchement de la Fondation canadienne pour l'innovation, 14 projets d'infrastructure de recherche universitaire évalués à 34,5 millions de dollars dans les domaines de l'hydrologie, de l'ingénierie environnementale, de l'océanographie, de l'évolution et de l'écologie, de la science du sol ainsi que de la biologie des plantes et des arbres. ▪ Il a approuvé 22 projets et plate-formes en génomique, pour lesquels Génome Canada a fourni 135 millions de dollars. ▪ Il a élaboré une carte routière technologique (CRT) sur l'imagerie médicale et procédé à une évaluation horizontale de six CRT existantes (aéronefs, opérations forestières, bois d'œuvre et produits du bois à valeur ajoutée, géomatique, imagerie médicale et énergie électrique).

Objectifs stratégiques ministériels	Réalisations en 2001-2002
3. *Intégration du développement durable dans le processus décisionnel* Améliorer l'intégration des objectifs de développement durable à la prise de décisions, notamment à l'étape de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques, des plans et des activités du Ministère.	■ Industrie Canada a approuvé la mise en œuvre d'un programme ministériel permanent pour la réalisation des évaluations environnementales stratégiques. ■ Le Ministère a intégré le développement durable dans son Tableau des priorités *(voir page 10)*, comme en avait décidé la haute direction. ■ Il a procédé à une vérification des déchets dans ses installations de la région de la capitale nationale. ■ Il a produit et distribué une brochure promotionnelle intitulée *L'écoefficacité — Un fin sens des affaires*, pour mettre en évidence les avantages financiers découlant des pratiques écoefficaces. ■ Il a participé au Groupe de travail sur les substances préoccupantes du Programme d'écologisation de la fiscalité de la Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie.

Tableau 2 — Certaines réalisations s'ajoutant aux engagements pris en vertu de la Stratégie de développement durable de 2000-2003 (SDD-II)

- Industrie Canada a obtenu une cote de niveau I dans le *Rapport de la Commissaire à l'environnement et au développement durable à la Chambre des communes* de 2001. La commissaire a jugé que le système ministériel de gestion du développement durable fonctionne bien.
- Le Ministère a élaboré des initiatives axées sur la fabrication sans gaspillage ou à haut rendement, la nanotechnologie et la récupération des ressources pour promouvoir la réduction ou l'élimination des déchets de production et de transformation, grâce à des pratiques écoefficaces et à une technologie environnementale novatrice.
- Il a participé à un projet intitulé Building Capacity for Eco-efficiency and Design for Environment in the Canadian Automotive Parts Manufacturing Sector, en collaboration avec RNCan, Magna International et d'autres partenaires.
- Il a remanié l'entente de financement de CA*net 4, pour y inclure des dispositions tenant compte des considérations liées au développement durable.
- Il a appuyé des projets d'écoefficacité et d'écotourisme par l'entremise d'Entreprise autochtone Canada.

On trouvera dans le site Web d'Industrie Canada consacré au développement durable de plus amples renseignements sur les engagements qu'a pris le Ministère en vertu de la SDD-II (**strategis.gc.ca/dd**).

3.5 Résultats horizontaux

Le tableau qui suit présente certaines grandes initiatives collectives, dans le cadre desquelles Industrie Canada joue un rôle important ou dont il assure le leadership. On obtient les résultats horizontaux grâce à des politiques publiques, à des programmes et à des initiatives faisant intervenir plusieurs secteurs de compétence, ministères ou partenaires qui s'emploient à atteindre des objectifs communs.

Accès au capital (Volet de l'Initiative de développement des entreprises autochtones)
Principal engagement
Renforcer la capacité institutionnelle des établissements de crédit contribuant au développement des Autochtones et faciliter l'accès au capital pour l'octroi de prêts de développement.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Affaires indiennes et du Nord Canada, Diversification de l'économie de l'Ouest canadien

Résultats

Pour obtenir de plus amples renseignements, voir **strategis.gc.ca/eac** (Entreprise autochtone Canada) et **www.nacca.net** (accès au capital).

Accès à l'information sur la protection civile nationale

Principal engagement

Faciliter l'échange de renseignements entre l'industrie et le gouvernement sur les questions touchant la protection civile nationale qui sont d'intérêt commun.

Partenaire(s)

Industrie canadienne des télécommunications, administrations provinciales et municipales

Résultats

Le Ministère a créé l'Association canadienne de la gestion d'urgence en télécommunications, en partenariat avec l'industrie canadienne des télécommunications. En étroite collaboration avec l'Association, il a mis en branle le Centre des opérations des télécommunications d'urgence, pour faciliter l'échange de renseignements essentiels et l'entraide entre le Canada et les États-Unis par suite des attentats terroristes perpétrés le 11 septembre 2001 à New York et à Washington.

Il a créé une base de données nationale, en partenariat avec l'industrie canadienne des télécommunications et les organismes fédéral, provinciaux et municipaux de planification d'urgence, pour recueillir et gérer les numéros de téléphone essentiels et les protéger contre les engorgements dans les situations d'urgence.

Canshare

Principal engagement

Améliorer la coopération et la coordination entre les organismes d'application de la loi de toutes les régions du Canada, en regroupant l'information qui découle des plaintes relatives à la protection des consommateurs ou à l'équité du marché.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Police provinciale de l'Ontario (projet PhoneBusters), administrations provinciales et territoriales

Résultats

Plus de 90 mises en garde ont été transmises aux membres de Canshare concernant des entreprises et des particuliers, relativement entre autres au télémarketing trompeur, à la fraude dans Internet ainsi qu'à des sociétés de bienfaisance non autorisées.

Stratégie canadienne en matière de biotechnologie

Principal engagement

Améliorer la gestion et le leadership assurés par l'administration fédérale dans le domaine de la biotechnologie.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada, Agence canadienne d'inspection des aliments, Pêches et Océans Canada, Affaires étrangères et Commerce international Canada, Environnement Canada, Santé Canada, Ressources naturelles Canada, Instituts de recherche en santé du Canada, Conseil national de recherches du Canada, Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, Conseil de recherches en sciences humaines du Canada

Résultats

Le Secrétariat canadien de la biotechnologie a coordonné la Stratégie canadienne en matière de biotechnologie (SCB). (**biotech.gc.ca**)

- Il a assuré la gestion pendant la troisième année du Fonds de la SCB, à l'appui de 33 projets faisant intervenir plusieurs ministères partenaires et destinés à améliorer la gestion de la biotechnologie, à accroître les avantages qui en découlent, à renseigner les Canadiens sur les grandes questions associées à la biotechnologie et à favoriser leur participation.
- Il a présidé le Groupe de travail sur la confidentialité des données génétiques, groupe interministériel qui a élaboré un plan d'action fédéral sur la recherche en matière de politiques.
- Il a coordonné le processus de renouvellement du financement du Fonds de la SCB pour 2002-2005.
- Il a élaboré le cadre de gestion axée sur les résultats et de responsabilisation pour la SCB, lequel a été approuvé par le Comité de coordination des sous-ministres adjoints chargés de la biotechnologie.
- Il a appuyé le Comité consultatif canadien de la biotechnologie (CCCB) (**cbac-cccb.ca**), groupe d'experts qui a publié des documents de consultation, organisé dans toutes les régions du Canada des tables rondes réunissant de nombreuses parties intéressées et publié deux rapports provisoires, *Améliorer la réglementation des aliments génétiquement modifiés et des autres aliments nouveaux au Canada* et *La biotechnologie et la propriété intellectuelle — La brevetabilité des formes de vie supérieures et enjeux connexes*. Le CCCB a par ailleurs organisé une réunion regroupant les ministères et organismes gouvernementaux qui ont des responsabilités dans le domaine de la recherche sur les cellules souches, afin d'examiner les aspects où des recherches plus approfondies pourraient se révéler nécessaires et d'éviter les chevauchements.

Initiative canadienne pour le commerce électronique

(Initiative remplaçant la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes)

Principal engagement

Faire participer les secteurs privé et public à un partenariat ayant pour objet de créer des conditions plus propices au commerce électronique et d'encourager les PME à pratiquer cette forme de commerce.

Partenaire(s)

On trouvera la liste des membres de la Table ronde dans son site archivé (**tableronde.ca**). La plupart des partenaires devraient continuer de jouer le même rôle dans le cadre de l'Initiative canadienne pour le commerce électronique.

Résultats

La Table ronde a publié la *Trousse d'information sur le commerce électronique pour les PME*, dans le but d'aider les petites entreprises à surmonter les obstacles à l'adoption du commerce électronique.

- Elle a recommandé la création du Groupe conseil du Gouvernement en direct, recommandation à laquelle le Conseil du Trésor a donné suite.
- Elle a recommandé de hausser la limite relative à la participation maximale dans les sociétés de personnes en commandite, afin de favoriser l'investissement. Le budget de décembre 2001 a fait écho à cette recommandation.
- Elle a publié *E-Business: Success in the Post-Dot-Com World*, encart distribué dans 100 000 exemplaires de la revue *Canadian Business*.

Après avoir publié son rapport final, intitulé *Progression rapide 3.0 — Continuer sur notre lancée*, le 25 mars 2002, et tenu sa dernière réunion, la Table ronde a cessé ses activités. Le travail entrepris se poursuivra sous la bannière de l'Initiative canadienne pour le commerce électronique. (**www.icce.ca**)

Cartes routières technologiques sur le changement climatique

Principal engagement

Promouvoir la collaboration et le partage de connaissances entre les intervenants qui souhaitent adapter leurs activités afin de tenir compte des problèmes liés au changement climatique ou tirer parti des possibilités connexes.

Grâce aux fonds provenant du Plan d'action 2000, élaborer une carte routière technologique (CRT) d'ici 2003 et deux autres d'ici 2005.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Environnement Canada, Ressources naturelles Canada

Certaines CRT mettent également à contribution d'autres ministères ou organismes fédéraux, notamment Agriculture et Agroalimentaire Canada ainsi que le Conseil national de recherches du Canada, des administrations provinciales, notamment le gouvernement de l'Ontario, et des associations, notamment Piles à combustible Canada et BioProducts Canada.

Résultats

Le Ministère produira cinq CRT portant sur les produits chimiques et les carburants dérivés de la biomasse, la commercialisation des piles à combustible, les sables bitumineux, les techniques non polluantes faisant appel au charbon ainsi que le captage et le stockage du CO_2.

On trouvera dans Strategis un rapport d'étape sur les capacités canadiennes dans le domaine des solutions au changement climatique. (**strategis.gc.ca/SSGF/ea02121f.html**)

Répercussions du Protocole de Kyoto sur la compétitivité

Principal engagement

Mieux connaître les répercussions de la ratification du Protocole de Kyoto sur la compétitivité des industries qui consomment beaucoup d'énergie ou qui sont largement tributaires du commerce, ainsi que leur vulnérabilité sur le plan du commerce et de l'investissement à la concurrence des pays qui n'auront pas ratifié le Protocole.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Ressources naturelles Canada, gouvernements de la Colombie-Britannique et de l'Ontario, comité directeur sur les changements climatiques sous l'égide de l'industrie

Résultats

En 2001-2002, le groupe de travail sur l'analyse de la compétitivité du Groupe d'analyse et de modélisation (GAM) a mené des consultations auprès de 10 industries qui émettent beaucoup de gaz à effet de serre ou sont largement tributaires du commerce. Ces consultations visaient plusieurs objectifs :

1) améliorer les caractéristiques des modèles sur le plan de la compétitivité;

2) mieux comprendre les possibilités technologiques qui s'offrent à ces industries pour réduire les émissions de gaz à effet de serre;

3) mieux comprendre la vulnérabilité à la concurrence sur le plan du commerce et de l'investissement que livrent les pays ne ratifiant pas le Protocole de Kyoto.

Le GAM diffuse ses études en ligne pour fins de consultation. (**www.nccp.ca/NCCP/national_stakeholders/amg_f.html**)

Groupe de travail du G8 sur les possibilités du numérique

Principal engagement

Cerner les mesures qui aideront à combler le fossé numérique entre les pays en participant aux discussions de haut niveau organisées par les membres du G8.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Affaires étrangères et Commerce international Canada, Agence canadienne de développement international, Centre de recherches pour le développement international, entreprises privées, représentants de la société civile

Résultats

Un rapport du Groupe de travail du G8 sur les possibilités du numérique et un plan d'action ont été élaborés et présentés aux dirigeants du G8 en juillet 2001. Un cadre de mise en œuvre a également été élaboré sous l'égide du Canada.

Le Ministère a coordonné la définition des prises de position du Canada avec le ministère des Affaires étrangères et Commerce international du Canada, l'Agence canadienne de développement international, le ministère des Finances du Canada, des représentants du secteur privé et le public. **(www.dotforce.org)**

Carte routière technologique sur les immeubles intelligents

Principal engagement

Favoriser la collaboration et le partage de connaissances entre les intervenants qui s'intéressent aux méthodes plus efficaces et écologiques pour la construction et la gestion des immeubles.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Ressources naturelles Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Société canadienne d'hypothèques et de logement, Conseil national de recherches du Canada, Bell Canada, Association continentale pour l'automatisation des bâtiments (ACAB), Honeywell, Hydro Québec, Network Edge Solutions, Siemens Energy and Automation, Tridel

Résultats

La CRT est terminée et le Conseil sur les immeubles intelligents de l'ACAB a aidé à la formulation des recommandations qui y figurent.

Accès légitime

Principal engagement

Veiller à ce que les entreprises canadiennes demeurent concurrentielles sur les marchés internationaux, en menant des études et des analyses et en les consultant sur les approches en matière d'accès légitime aux communications.

Partenaire(s)

Industrie Canada, ministère de la Justice du Canada, Solliciteur général du Canada

Résultats

Le Ministère a procédé à une vaste analyse de l'industrie portant sur les communications avec ou sans fil, la cryptographie et Internet.

Il a aussi analysé les différentes approches adoptées dans d'autres pays concernant l'accès légitime ainsi que l'approche canadienne relative à l'industrie des communications sans fil.
(e-com.ic.gc.ca/francais/crypto/631d15.html)

Projet Emptor

Principal engagement

Cibler les pratiques transnationales de télémarketing trompeur et de sollicitation postale trompeuse, grâce à une initiative d'application de la loi menée en concertation par les organismes canadiens et américains compétents.

Partenaire(s)

Industrie Canada, GRC, vérificateur général de la Colombie-Britannique, Federal Trade Commission des États-Unis, Federal Bureau of Investigation des États-Unis

Résultats

On a mis fin à 9 activités illégales de télémarketing, intenté des poursuites criminelles ou civiles contre 16 personnes et saisi des biens totalisant plus de 19 millions de dollars.

Rescol à la source

Principaux engagements

Favoriser l'intégration des TIC dans l'apprentissage et l'enseignement aux niveaux primaire et secondaire.

Aider les jeunes Canadiens à acquérir des compétences et stimuler leur esprit d'innovation en favorisant l'utilisation d'Internet et des TIC en classe.

Partenaire(s)

Administrations fédérale, provinciales et territoriales, universités, associations des milieux de l'éducation, organismes à but non lucratif et secteur privé

Résultats

Les élèves canadiens des niveaux primaire et secondaire ont élaboré et mis en œuvre plus de 30 000 projets d'apprentissage en ligne novateurs qui intègrent les TIC.

Les études réalisées par le Conference Board du Canada, le TeleLearning Network Inc. et la Memorial University confirment que le modèle Rescol à la source permet l'apprentissage en ligne dans la salle de classe et aide à renforcer la capacité d'innovation. Voir la page 63. (**www.rescol.ca/alasource**)

Compétence.ca

Principaux engagements

Travailler avec les organismes sans but lucratif et les associations nationales à l'intégration d'Internet et des TIC dans leurs services.

Travailler avec des partenaires à la diffusion de sites Web et à l'offre de services dans des domaines tels que le recrutement et l'apprentissage en ligne, dans les domaines mal servis par les fournisseurs commerciaux.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Conseil canadien de l'entretien des aéronefs, Association médicale canadienne, Conseil canadien des ressources humaines en tourisme, Université virtuelle canadienne, Consortium canadien des collèges virtuels, Centre d'éducation et de formation, Conseil des ressources humaines du secteur culturel, Fédération des nations indiennes de la Saskatchewan, Bénévoles Canada

Résultats

Plus de 50 000 employeurs et 250 000 chercheurs d'emploi se sont inscrits au réseau Compétence.ca.

En moyenne, 10 000 nouveaux employeurs et chercheurs d'emploi s'inscrivent chaque mois dans les sites de Compétence.ca. (**www.competence.ca**)

SourceCAN

Principal engagement

Aider les entreprises canadiennes à accéder aux marchés internationaux et à obtenir leur part de commerce en ligne en jumelant les produits et services canadiens aux débouchés offerts par des entreprises du monde entier et en mettant à la disposition des entreprises étrangères une importante base de données à jour sur les possibilités canadiennes.

Partenaire(s)

Affaires indiennes et du Nord Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Agence des douanes et du revenu du Canada, Développement économique Canada pour les régions du Québec, Société canadienne des postes, Exportation et développement Canada, Centre des occasions d'affaires internationales, gouvernement de l'Alberta, gouvernement du Nouveau-Brunswick, gouvernement de Terre-Neuve-et-Labrador, gouvernement de la Nouvelle-Écosse, Ontario Exports Inc., AT&T Canada, Chambre de commerce du Canada, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, Manufacturiers et Exportateurs du Canada, Bancomext, China Bidding, ChinaProducts.com, EuroTrade, Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), Japanese Government Business Opportunities Initiative (JETRO), Chambre de commerce des États-Unis

Résultats

Partenariats : Négociation en cours d'un protocole d'entente avec 9 provinces et 2 municipalités; 3 nouveaux partenariats avec des ministères fédéraux (8 au total); 4 nouveaux partenaires du secteur privé (7 au total); 3 nouvelles associations industrielles (p. ex., Association canadienne de la construction, représentant 40 p. 100 des offres canadiennes); inscription de 5 500 entreprises étrangères et de 10 000 autres entreprises canadiennes.

Des services sont offerts à 38 000 clients par semaine et leur nombre va en augmentant.

Environ 40 présentations, séances de formation, foires-info et montages et présentoirs pour des salons professionnels ont été organisés.

Initiatives depuis le 11 septembre 2001 : Chambre de commerce des États-Unis — liaison entre SourceCAN et les membres américains; accord de fait avec www.BuyUSA.com (programme du département du commerce des États Unis analogue à SourceCAN) et IBM Canada; formation d'un partenariat avec JETRO. (**www.sourcecan.com**)

Programme Étudiants bien branchés (EBB)

Principal engagement

Inciter les PME et les personnes âgées du Canada à adopter Internet et les pratiques du commerce électronique, tout en offrant aux étudiants et aux récents diplômés des universités et collèges canadiens la possibilité d'acquérir une expérience de travail en technologie et en affaires.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Développement des ressources humaines Canada, Association des collèges communautaires du Canada, universités et collèges, secteur privé

Résultats

Jusqu'à présent, plus de 117 000 entreprises et personnes âgées ont reçu une formation portant sur Internet et le commerce électronique.

EBB a embauché plus de 4 400 jeunes Canadiens, auxquels il a offert la possibilité de faire valoir leurs compétences auprès d'employeurs éventuels, facilitant ainsi leur passage des études au travail.

En collaboration avec ses partenaires, et par l'entremise de la gamme de services qu'il offre dans le cadre du volet Le commerce électronique — Première étape, EBB encourage les entreprises à avoir recours au commerce électronique. (**scp-ebb.com**)

Équipe Canada inc

Principal engagement

Stimuler la création d'emplois et la prospérité économique en aidant les entreprises canadiennes à tirer pleinement parti des occasions d'affaires à l'étranger et en favorisant la circulation des capitaux d'investissement et de la technologie.

Partenaire(s)

Industrie Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique, Banque de développement du Canada, Agence des douanes et du revenu du Canada, Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec, Société canadienne d'hypothèques et de logement, Corporation commerciale canadienne, Pêches et Océans Canada, Agence canadienne de développement international, Patrimoine canadien, Affaires étrangères et Commerce international Canada, Environnement Canada, Exportation et développement Canada, Développement des ressources humaines Canada, Affaires indiennes et du Nord Canada, Conseil national des produits agricoles, Ressources naturelles Canada, Conseil national de recherches du Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux du Canada, Statistique Canada, Transports Canada, Diversification de l'économie de l'Ouest canadien

Résultats

L'information sur les résultats obtenus sont diffusés dans le site ExportSource. (**exportsource.gc.ca**)

Secrétariat des cartes routières technologiques ainsi que le réseau et le site Web des CRT
Principal engagement
Promouvoir la collaboration et l'échange de connaissances entre les parties intéressées à déterminer les besoins futurs des industries de haute technologie.
Partenaire(s)
Industrie Canada, Environnement Canada, Santé Canada, Développement des ressources humaines Canada, Ressources naturelles Canada, Agence de promotion économique du Canada atlantique; Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec, R-D pour la défense Canada; Conseil national de recherches du Canada, Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, Partenariat technologique Canada
Résultats
Industrie Canada a renforcé les partenariats formés avec d'autres ministères. Certaines dispositions prévoient maintenant la création d'une plaque tournante pour l'information et les mesures à prendre. Au sein de l'administration fédérale, Industrie Canada est la principale source d'information sur les CRT. (**www.strategis.gc.ca/crt**)

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Section 4

Rendement financier

4.1 Affectation des ressources selon les objectifs stratégiques

Le Ministère a récemment procédé à une estimation provisoire des ressources financières consacrées à chaque objectif stratégique. Les données figurant dans le tableau ci-après indiquent la valeur approximative des ressources affectées selon le budgétaire du Budget des dépenses principal, en excluant les recettes. Cette estimation provisoire vise à établir un rapprochement entre les ressources et les résultats, ce qui devrait permettre d'améliorer la planification et la présentation de l'information sur le rendement.

Affectation des ressources ministérielles par objectif stratégique (en millions de dollars)

Affectation des ressources ministérielles Budget principal des dépenses* 2001-2002	Innovation	Connectivité	Marché	Investissement	Commerce	Services de gestion et gouvernance	Total pour le secteur
Secteurs d'Industrie	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**
Secteurs des politiques	9,7	0,0	19,7	0,8	4,0	1,7	35,9
Secteur de l'industrie	14,4	7,5	0,4	17,1	8,8	4,8	53,0
Bureau de la concurrence	0,0	0,0	28,7	0,0	0,0	0,0	28,7
Secteur du SITT	2,7	120,9	27,6	4,9	7,7	0,0	163,8
Secteur des opérations	0,0	0,0	40,3	337,8	10,7	21,9	410,7
Partenaires pour l'investissement au Canada	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0	0,0	6,0
Centre de recherches sur les communications Canada	3,0	29,6	0,0	0,0	0,0	0,0	32,6
Partenariat technologique Canada	367,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	367,5
Bureau de la Consommation	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0	0,0	4,1
Autres**	0,5	16,8	0,0	0,0	0,2	85,9	103,4
Total	**397,8**	**174,8**	**120,8**	**366,6**	**31,4**	**114,3**	**1 205,7**

* Les chiffres sont fondés uniquement sur le budgétaire du Budget des dépenses principal de 2001-2002. Ils excluent le Budget des dépenses supplémentaire et les recettes, mais englobent les subventions et contributions ainsi que le régime de prestations aux employés.

** Comprend les organisations telles que le Bureau principal de l'information, la Direction générale du contrôleur et la Direction générale des ressources humaines.

Section 4

Rendement financier

4.1 Affectation des ressources selon les objectifs stratégiques

Le Ministère a récemment procédé à une estimation provisoire des ressources financières consacrées à chaque objectif stratégique. Les données figurant dans le tableau ci-après indiquent la valeur approximative des ressources affectées selon le budgétaire du Budget des dépenses principal, en excluant les recettes. Cette estimation provisoire vise à établir un rapprochement entre les ressources et les résultats, ce qui devrait permettre d'améliorer la planification et la présentation de l'information sur le rendement.

Affectation des ressources ministérielles par objectif stratégique (en millions de dollars)

Affectation des ressources ministérielles Budget principal des dépenses* 2001-2002	Innovation	Connectivité	Marché	Investissement	Commerce	Services de gestion et gouvernance	Total pour le secteur
Secteurs d'Industrie	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**	**Total**
Secteurs des politiques	9,7	0,0	19,7	0,8	4,0	1,7	35,9
Secteur de l'industrie	14,4	7,5	0,4	17,1	8,8	4,8	53,0
Bureau de la concurrence	0,0	0,0	28,7	0,0	0,0	0,0	28,7
Secteur du SITT	2,7	120,9	27,6	4,9	7,7	0,0	163,8
Secteur des opérations	0,0	0,0	40,3	337,8	10,7	21,9	410,7
Partenaires pour l'investissement au Canada	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0	0,0	6,0
Centre de recherches sur les communications Canada	3,0	29,6	0,0	0,0	0,0	0,0	32,6
Partenariat technologique Canada	367,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	367,5
Bureau de la Consommation	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0	0,0	4,1
Autres**	0,5	16,8	0,0	0,0	0,2	85,9	103,4
Total	**397,8**	**174,8**	**120,8**	**366,6**	**31,4**	**114,3**	**1 205,7**

* Les chiffres sont fondés uniquement sur le budgétaire du Budget des dépenses principal de 2001-2002. Ils excluent le Budget des dépenses supplémentaire et les recettes, mais englobent les subventions et contributions ainsi que le régime de prestations aux employés.

** Comprend les organisations telles que le Bureau principal de l'information, la Direction générale du contrôleur et la Direction générale des ressources humaines.

4.2 Tableaux financiers récapitulatifs

L'information présentée dans les tableaux financiers qui suivent est conforme à la structure de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR) approuvé du Ministère et elle correspond à ses trois grands secteurs d'activité : Politique microéconomique, Développement sectoriel de l'industrie, Règlements et services axés sur le marché. Les lecteurs qui désirent apprendre en quoi les secteurs d'activité du Ministère correspondent à ses cinq objectifs stratégiques trouveront les renseignements voulus dans le site Web d'Industrie Canada (**www.ic.gc.ca/concordance**).

Tableau 1 ..... Sommaire des crédits approuvés
Tableau 2 ..... Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles
Tableau 3 .. Comparaison historique des dépenses totales prévues et des dépenses réelles
Tableau 4 ..... Recettes (disponibles et non disponibles)
Tableau 5 ..... Paiements législatifs
Tableau 6 ..... Paiements de transfert
Tableau 7 ..... Prêts, investissements et avances
Tableau 8 ..... Sommaires financiers concernant le fonds renouvelable
Tableau 9 ..... Passif éventuel

TABLEAU FINANCIER 1 : Sommaire des crédits approuvés

Besoins financiers par autorisation

(en millions de dollars)

Crédit		Dépenses prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002*	Dépenses réelles 2001-2002
	Programme d'Industrie Canada			
1	Dépenses de fonctionnement	393,1	511,9	493,4
5	Subventions et contributions	703,4	857,9	798,5
(L)	Ministre de l'Industrie — Traitement et allocation pour automobile	0,0	0,0	0,0
(L)	Paiements d'assurance en vertu du Programme d'expansion des entreprises et garanties en vertu du Programme de développement industriel et régional	10,0	0,0	0,0
(L)	Fonds renouvelable de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada	(8,7)	48,4	(7,3)
(L)	Obligations contractées en vertu de la *Loi sur les prêts aux petites entreprises*	49,0	53,7	53,7
(L)	Obligations contractées en vertu de la *Loi sur le financement des petites entreprises*	11,0	20,8	20,8
(L)	Contributions aux régimes d'avantages sociaux des employés	47,9	50,0	50,0
(L)	Dépenses des produits de la vente de biens excédentaires de la Couronne	0,0	0,4	0,2
(L)	Honoraires — Agence de recouvrement	0,0	0,0	0,0
(L)	Montants adjugés par un tribunal	0,0	0,0	0,0
(L)	Remboursements de montants portés aux recettes d'exercices antérieurs	0,0	0,3	0,2
L10	Paiements conformément au paragraphe 14(2) de la *Loi sur le ministère de l'Industrie*	0,3	0,3	0,0
L15	Prêts conformément à l'alinéa 14(1)*(a)* de la *Loi sur le ministère de l'Industrie*	0,5	0,5	0,0
L97b	Avances aux bureaux régionaux et aux employés affectés à l'étranger	0,0	2,0	0,0
Total pour le Ministère		**1 206,5**	**1 546,2**	**1 409,5**

* Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

TABLEAU FINANCIER 2 : Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Dépenses prévues contre dépenses réelles, par secteur d'activité

(en millions de dollars)

Secteur d'activité	ETP	Fonctionnement	Immobilisations	Subventions et contributions	Total partiel/ Dépenses brutes	Prêts, investissements et avances non budgétaires	Total Dépenses brutes	Moins : Recettes disponibles*	Total Dépenses nettes
Politique microéconomique	291	32,8	—	14,3	47,1	—	47,1	—	47,1
(autorisations totales)	*291*	*43,8*	—	*162,4*	*206,2*	—	*206,2*	—	*206,2*
(réelles)	**291**	**41,7**	—	**162,4**	**204,1**	—	**204,1**	—	**204,1**
Règlements et services axés sur le marché	2 515	210,1	—	1,7	211,8	—	211,8	(102,8)	109,0
(autorisations totales)	*2 515*	*318,3*	—	*1,7*	*320,0*	—	*320,0*	*(122,0)*	*198,0*
(réelles)	**2 513**	**253,3**	—	**1,7**	**255,0**	—	**255,0**	**(121,7)**	**133,3**
Développement sectoriel de l'industrie	1 804	260,2	—	757,3**	1 017,5	0,8	1 018,3	(9,7)	1 008,6
(autorisations totales)	*1 804*	*258,4*	—	*768,3***	*1 026,7*	*2,8*	*1 029,5*	*(7,0)*	1 022,5
(réelles)	**1 803**	**260,4**	—	**708,8****	**969,2**	**0,0**	**969,2**	**(7,0)**	**962,2**
Tourisme***	0	0,0	—	—	0,0	—	0,0	—	0,0
(autorisations totales)	*0*	*0,0*	—	—	*0,0*	—	*0,0*	—	*0,0*
(réelles)	**0**	**0,0**	—	—	**0,0**	—	**0,0**	—	**0,0**
Services de gestion et services généraux	1 010	102,3	—	—	102,3	—	102,3	—	102,3
(autorisations totales)	*1 010*	*119,5*	—	—	*119,5*	—	*119,5*	—	*119,5*
(réelles)	**1 010**	**109,9**	—	—	**109,9**	—	**109,9**	—	**109,9**
Total	5 620	605,4	0,0	773,3	1 378,7	0,8	1 379,5	(112,5)	1 267,0
(autorisations totales)	*5 620*	*740,0*	*0,0*	*932,4*	*1 672,4*	*2,8*	*1 675,2*	*(129,0)*	*1 546,2*
(réelles)	**5 617**	**665,3**	**0,0**	**872,9**	**1 538,2**	**0,0**	**1 538,2**	**(128,7)**	**1 409,5**
Autres recettes et dépenses									
Recettes non disponibles****	—	—	—	—	—	—	—	—	(266,0)
(autorisations totales)	—	—	—	—	—	—	—	—	*(266,0)*
(réelles)	—	—	—	—	—	—	—	—	**(955,7)**
Coût des services offerts par d'autres ministères	—	—	—	—	—	—	—	—	58,5
(autorisations totales)	—	—	—	—	—	—	—	—	*58,5*
(réelles)	—	—	—	—	—	—	—	—	**69,6**
Coût net du programme	—	—	—	—	—	—	—	—	1 059,5
(autorisations totales)	—	—	—	—	—	—	—	—	*1 338,7*
(réelles)	—	—	—	—	—	—	—	—	**523,4**

Nota : Les chiffres en italique correspondent aux autorisations totales pour 2001-2002 (*Budget principal des dépenses* et *Budget supplémentaire des dépenses* et autres autorisations). Les chiffres en caractères gras correspondent aux dépenses ou aux recettes réelles en 2001-2002.

* Auparavant « Recettes à valoir sur le crédit ».

** Incluent les subventions et contributions prévues par la loi.

*** Ce secteur d'activité a été déplacé en vertu de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme.*

**** Auparavant « Recettes à valoir sur le Trésor ».

TABLEAU FINANCIER 3 : Comparaison historique des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Dépenses prévues contre dépenses réelles, par secteur d'activité

(en millions de dollars)

Secteur d'activité	Réelles 1999-2000*	Réelles 2000-2001*	Dépenses prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002**	Réelles 2001-2002
Politique microéconomique	51,4	53,8	47,2	206,2	204,1
Règlements et services axés sur le marché	118,5	125,6	108,9	198,0	133,3
Développement sectoriel de l'industrie***	1 744,9	878,7	1 008,6	1 022,5	962,2
Tourisme****	68,9	83,1	0,0	0,0	0,0
Services de gestion et services généraux	84,7	95,7	102,3	119,5	109,9
Total des dépenses prévues contre les dépenses réelles	**2 068,4**	**1 236,9**	**1 267,0**	**1 546,2**	**1 409,5**

* Aux fins de la comparaison, les montants ont été établis à l'aide de la structure courante de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR).

** Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

*** Les autorisations totales et réelles de 1999-2000 incluent une subvention de 900 millions de dollars à la Fondation canadienne pour l'innovation afin de lui permettre de moderniser son infrastructure de recherche et une subvention de 160 millions de dollars à Génome Canada.

**** Ce secteur d'activité a été déplacé en vertu de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme*.

TABLEAU FINANCIER 4 : Recettes (disponibles et non disponibles)

Recettes par secteur d'activité

(en millions de dollars)

Recettes disponibles*

Secteur d'activité	Réelles 1999-2000	Réelles 2000-2001	Recettes prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002**	Réelles 2001-2002
Politique microéconomique	–	–	–	–	–
Règlements et services axés sur le marché	98,8	104,4	102,8	122,0	121,7
Développement sectoriel de l'industrie	7,2	6,5	9,7	7,0	7,0
Tourisme	–	–	–	–	–
Services de gestion et services généraux	–	–	–	–	–
Total des recettes disponibles	**106,0**	**110,9**	**112,5**	**129,0**	**128,7**

Recettes non disponibles***

Secteur d'activité	Réelles 1999-2000	Réelles 2000-2001	Recettes prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002**	Réelles 2001-2002****
Politique microéconomique	–	–	–	–	–
Règlements et services axés sur le marché	487,2	155,2	221,9	221,9	862,4
Développement sectoriel de l'industrie	129,0	122,4	44,1	44,1	93,3
Tourisme	–	–	–	–	–
Services de gestion et services généraux	–	–	–	–	–
Total des recettes non disponibles	**616,2**	**277,6**	**266,0**	**266,0**	**955,7**

* Auparavant « Recettes à valoir sur le crédit ».

** Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

*** Auparavant « Recettes à valoir sur le Trésor ».

**** L'augmentation des recettes non disponible est due essentiellement au changement de méthode comptables survenu conformément à la stratégie d'information financière.

Aux fins de la comparaison, les montants ont été établis à l'aide de la structure courante de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR).

TABLEAU FINANCIER 5 : Paiements législatifs

Paiements législatifs par secteur d'activité

(en millions de dollars)

Secteur d'activité	Réels 1999-2000*	Réels 2000-2001*	Dépenses prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002**	Réels 2001-2002
Politique microéconomique	4,2	3,6	3,6	3,8	3,8
Règlements et services axés sur le marché	2,0	7,1	8,9	66,9	25,7
Développement sectoriel de l'industrie	113,1	103,7	88,9	94,7	94,5
Tourisme***	2,3	1,9	0,0	0,0	0,0
Services de gestion et services généraux	8,4	7,8	7,8	8,2	8,2
Total des paiements législatifs	**130,0**	**124,1**	**109,2****	**173,6**	**132,2**

Nota : Tous les chiffres incluent les contributions aux régimes d'avantages sociaux des employés.

* Aux fins de la comparaison, les montants ont été établis à l'aide de la structure courante de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR).

** Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

*** Ce secteur d'activité a été déplacé en vertu de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme.*

**** N'incluent pas les prêts, les investissements et les avances non budgétaires.

TABLEAU FINANCIER 6 : Paiements de transfert

Paiements de transfert par secteur d'activité

(en millions de dollars)

Secteur d'activité	Réels 1999-2000*	Réels 2000-2001*	Dépenses prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002**	Réels 2001-2002
SUBVENTIONS					
Politique microéconomique	—	1,0	1,0	151,0	151,0
Règlements et services axés sur le marché	—	—	—	—	—
Développement sectoriel de l'industrie***	1 080,0	140,0	—	123,5	123,5
Tourisme****	—	—	—	—	—
Services de gestion et services généraux	—	—	—	—	—
Total des subventions	**1 080,0**	**141,0**	**1,0**	**274,5**	**274,5**
CONTRIBUTIONS					
Politique microéconomique	11,8	11,7	13,3	11,4	11,4
Règlements et services axés sur le marché	1,0	1,0	1,7	1,7	1,7
Développement sectoriel de l'industrie	424,3	494,6	757,3	644,8	585,3
Tourisme****	0,3	—	—	—	—
Services de gestion et services généraux	—	—	—	—	—
Total des contributions	**437,4**	**507,3**	**772,3**	**657,9**	**598,4**
Total des paiements de transfert	**1 517,4**	**648,3**	**773,3**	**932,4**	**872,9**

* Aux fins de la comparaison, les montants ont été établis à l'aide de la structure courante de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR).

** Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

*** Les autorisations totales et réelles de 1999-2000 incluent une subvention de 900 millions de dollars à la Fondation canadienne pour l'innovation afin de lui permettre de moderniser son infrastructure de recherche et une subvention de 160 millions de dollars à Génome Canada.

**** Ce secteur d'activité a été déplacé en vertu de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme.*

52-46

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Détails des paiements de transfert (5 millions de dollars ou plus), dépenses réelles de 2001-2002

Pour consulter une liste complète des subventions et contributions accordées par le Ministère, voir les Comptes publics du Canada dans le site Web du Receveur général **www.tpsgc.gc.ca/recgen/text/home-f.html**.

Programmes d'Entreprise autochtone Canada

(Programme de développement des entreprises autochtones et *Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones)*

34,1 millions de dollars

Objectifs

Programme de développement des entreprises autochtones

accroître le nombre d'entreprises viables au pays qui appartiennent à des Canadiens autochtones et sont contrôlées par eux et améliorer l'accès aux débouchés commerciaux, encourager l'autonomie et créer un climat d'affaires favorable pour le bénéfice des Canadiens autochtones de toutes les régions du Canada;

encourager la création, l'expansion et la diversification de sociétés de financement autonomes appartenant à des Autochtones et contrôlées par eux, qui fournissent des capitaux destinés au développement du Canada et dont les fonctions sont complémentaires à celles des grandes institutions financières;

améliorer l'accès au capital des entreprises autochtones canadiennes qui ont de la difficulté à obtenir un financement commercial auprès des établissements classiques;

accroître la capacité des organismes autochtones d'offrir des services financiers, de l'information commerciale et des services d'aide au développement;

conférer aux Canadiens autochtones une responsabilité accrue à l'égard des initiatives de développement économique, conformément à l'esprit du document intitulé *Rassembler nos forces — Plan d'action du Canada pour les questions autochtones*.

Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones

stimuler l'esprit d'entreprise chez les Canadiens autochtones et favoriser ainsi grandement leur autonomie financière en leur offrant une aide financière et des services consultatifs à différentes étapes et sur plusieurs aspects du développement d'une entreprise.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **carteautochtone.ic.gc.ca**.

On trouvera de plus amples renseignements sur les résultats d'Entreprise autochtone Canada aux pages 25 et 75

Institut canadien de recherches avancées

25 millions de dollars (subvention pour 2002-2007)

3,49 millions de dollars (contribution en 2001-2002)

Objectifs

encourager l'excellence dans la recherche au Canada, en appuyant les travaux de l'Institut canadien de recherches avancées (ICRA) et en favorisant son essor.

Résultats

L'ICRA a mis sur pied des équipes de recherche pluridisciplinaires pour explorer des domaines d'intérêt scientifique comme la biologie évolutive, la nanoélectronique, la superconductivité, la croissance économique et la politique, la cosmologie et la gravité, l'évolution des systèmes terrestres, la santé de la population et le développement humain.

L'ICRA a suscité des investissements des administrations provinciales et du secteur privé supérieurs à 5 millions de dollars en 2001-2002.

CANARIE — Phase 3

12,43 millions de dollars

CANARIE — CA*net 4

110 millions de dollars

Objectifs

améliorer la productivité et la compétitivité de l'industrie canadienne, en particulier les entreprises novatrices du secteur des TIC, en mettant l'accent sur les domaines prioritaires (publics et privés) de l'économie (p. ex., le commerce électronique, l'apprentissage, la télésanté et les systèmes intelligents), afin de stimuler le développement et la diffusion de technologies, d'applications avancées et de services de pointe qui soutiennent ou utilisent l'infrastructure Internet de pointe, comme CA*net 3, et qui reposent sur des normes de système ouvert.

Résultats

CANARIE a stimulé les nouveaux secteurs, notamment dans le domaine des applications de pointe relatives au contenu, aux nouveaux médias, aux systèmes intelligents et à la télésanté.

Ce programme a obtenu une subvention de 110 millions de dollars répartie sur 5 ans.

Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs

7,5 millions de dollars

Objectifs

La subvention fédérale de 7,5 millions de dollars permettra à la Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs (FCJE) de donner plus d'ampleur dans toutes les régions du Canada à ses programmes axés sur l'acquisition de compétences de base en affaires et à ses programmes de mentorat, y compris les nouveaux programmes à Québec et à Montréal et celui s'adressant aux jeunes Autochtones.

Résultats

Grâce aux fonds supplémentaires provenant du gouvernement et du secteur privé, la FCJE pourra :

- offrir son programme Jeunes entrepreneurs à 400 collectivités, soit à 250 autres collectivités non actuellement desservies;
- élaborer une gamme complète de programmes en ligne pour venir en aide aux jeunes entrepreneurs;
- aider 3 000 jeunes entrepreneurs de plus du Canada à démarrer une entreprise d'ici 2005, tout en assurant le suivi auprès des jeunes qui ont reçu une aide initiale de la FCJE.

Détails des paiements de transfert (5 millions de dollars ou plus), dépenses réelles de 2001-2002

Pour consulter une liste complète des subventions et contributions accordées par le Ministère, voir les Comptes publics du Canada dans le site Web du Receveur général **www.tpsgc.gc.ca/recgen/text/home-f.html.**

Programmes d'Entreprise autochtone Canada

(Programme de développement des entreprises autochtones et *Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones)*

34,1 millions de dollars

Objectifs

Programme de développement des entreprises autochtones

accroître le nombre d'entreprises viables au pays qui appartiennent à des Canadiens autochtones et sont contrôlées par eux et améliorer l'accès aux débouchés commerciaux, encourager l'autonomie et créer un climat d'affaires favorable pour le bénéfice des Canadiens autochtones de toutes les régions du Canada;

encourager la création, l'expansion et la diversification de sociétés de financement autonomes appartenant à des Autochtones et contrôlées par eux, qui fournissent des capitaux destinés au développement du Canada et dont les fonctions sont complémentaires à celles des grandes institutions financières;

améliorer l'accès au capital des entreprises autochtones canadiennes qui ont de la difficulté à obtenir un financement commercial auprès des établissements classiques;

accroître la capacité des organismes autochtones d'offrir des services financiers, de l'information commerciale et des services d'aide au développement;

conférer aux Canadiens autochtones une responsabilité accrue à l'égard des initiatives de développement économique, conformément à l'esprit du document intitulé *Rassembler nos forces — Plan d'action du Canada pour les questions autochtones.*

Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones

stimuler l'esprit d'entreprise chez les Canadiens autochtones et favoriser ainsi grandement leur autonomie financière en leur offrant une aide financière et des services consultatifs à différentes étapes et sur plusieurs aspects du développement d'une entreprise.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **carteautochtone.ic.gc.ca**.

On trouvera de plus amples renseignements sur les résultats d'Entreprise autochtone Canada aux pages 25 et 75

Institut canadien de recherches avancées

25 millions de dollars (subvention pour 2002-2007)

3,49 millions de dollars (contribution en 2001-2002)

Objectifs

encourager l'excellence dans la recherche au Canada, en appuyant les travaux de l'Institut canadien de recherches avancées (ICRA) et en favorisant son essor.

Résultats

L'ICRA a mis sur pied des équipes de recherche pluridisciplinaires pour explorer des domaines d'intérêt scientifique comme la biologie évolutive, la nanoélectronique, la superconductivité, la croissance économique et la politique, la cosmologie et la gravité, l'évolution des systèmes terrestres, la santé de la population et le développement humain.

L'ICRA a suscité des investissements des administrations provinciales et du secteur privé supérieurs à 5 millions de dollars en 2001-2002.

CANARIE — Phase 3

12,43 millions de dollars

CANARIE — CA*net 4

110 millions de dollars

Objectifs

améliorer la productivité et la compétitivité de l'industrie canadienne, en particulier les entreprises novatrices du secteur des TIC, en mettant l'accent sur les domaines prioritaires (publics et privés) de l'économie (p. ex., le commerce électronique, l'apprentissage, la télésanté et les systèmes intelligents), afin de stimuler le développement et la diffusion de technologies, d'applications avancées et de services de pointe qui soutiennent ou utilisent l'infrastructure Internet de pointe, comme CA*net 3, et qui reposent sur des normes de système ouvert.

Résultats

CANARIE a stimulé les nouveaux secteurs, notamment dans le domaine des applications de pointe relatives au contenu, aux nouveaux médias, aux systèmes intelligents et à la télésanté.

Ce programme a obtenu une subvention de 110 millions de dollars répartie sur 5 ans.

Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs

7,5 millions de dollars

Objectifs

La subvention fédérale de 7,5 millions de dollars permettra à la Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs (FCJE) de donner plus d'ampleur dans toutes les régions du Canada à ses programmes axés sur l'acquisition de compétences de base en affaires et à ses programmes de mentorat, y compris les nouveaux programmes à Québec et à Montréal et celui s'adressant aux jeunes Autochtones.

Résultats

Grâce aux fonds supplémentaires provenant du gouvernement et du secteur privé, la FCJE pourra :

- offrir son programme Jeunes entrepreneurs à 400 collectivités, soit à 250 autres collectivités non actuellement desservies;
- élaborer une gamme complète de programmes en ligne pour venir en aide aux jeunes entrepreneurs;
- aider 3 000 jeunes entrepreneurs de plus du Canada à démarrer une entreprise d'ici 2005, tout en assurant le suivi auprès des jeunes qui ont reçu une aide initiale de la FCJE.

Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor)

Objectifs

L'objectif global de FedNor consiste à promouvoir le développement économique dans le Nord de l'Ontario, pour ainsi renforcer l'économie nationale et accroître les occasions d'affaires et les possibilités d'emploi.

Résultats

Accès au capital pour les petites entreprises : FedNor a consacré plus de 10 millions de dollars à 27 projets d'investissement.

Accès des petites entreprises à l'information : FedNor a attribué plus de 2,5 millions de dollars à 18 projets d'innovation et versé 10,7 millions pour le financement de 81 projets de connectivité.

Accès des petites entreprises aux marchés : FedNor a consacré 660 000 $ à 10 projets touchant le commerce.

Promotion de collectivités autonomes et viables : FedNor a attribué plus de 32 millions de dollars à 763 projets de partenariat communautaire.

Programme de développement des collectivités : Dans le cadre du Programme de développement des collectivités de l'Ontario (PDCO), FedNor a versé plus de 20 millions de dollars sous forme de contributions.

Dans le cadre du programme FedNor, des capitaux supplémentaires totalisant 9 millions de dollars ont été octroyés au fonds d'investissement des Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC).

On a poursuivi l'expansion du PDCO, afin d'assurer une couverture universelle à toutes les régions rurales de la province. Six régions auparavant non desservies par les SADC sont maintenant couvertes, grâce à la création de six SADC et à l'expansion du territoire de deux SADC existantes.

Génome Canada

135 millions de dollars

Objectifs

Cette initiative a pour objectif d'aider le Canada à devenir un chef de file mondial dans certains domaines de la recherche génomique en réunissant des consortiums pour mener des travaux de recherche, établir des plates-formes technologiques et réaliser de grands projets de recherche en génomique. Les principaux aspects de cette initiative sont les suivants : 1) la réalisation de vastes projets de recherche dans les domaines de la santé, de l'agriculture, de l'environnement, de la foresterie et des pêches; 2) le recrutement et le perfectionnement de la prochaine génération de scientifiques canadiens spécialisés en génomique; 3) les activités visant à sensibiliser davantage la population à la génomique et à aborder les préoccupations soulevées par ce domaine de la recherche.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **www.genomecanada.ca**.

Programmes de la Direction générale des applications de l'autoroute de l'information

Programme d'accès communautaire

28,9 millions de dollars en 2001-2002

Rescol

11,2 millions de dollars en 2001-2002

Collectivités ingénieuses

14,4 millions de dollars en 2001-2002

Objectifs

Programme d'accès communautaire

Ce programme vise à fournir un accès abordable à Internet à tous les Canadiens, afin de s'assurer qu'ils bénéficient de l'économie mondiale du savoir et se familiarisent avec les technologies correspondantes et, plus précisément, à établir des sites d'accès public dans les collectivités urbaines et rurales dans tout le pays.

Rescol

Ce programme a pour objectif de faciliter le branchement à Internet de toutes les écoles, y compris celles des Premières Nations, et de toutes les bibliothèques. En stimulant l'utilisation d'Internet dans un milieu d'apprentissage, Rescol permet de tirer parti des possibilités formidables qu'offrent les TIC pour le bénéfice de tous les Canadiens qui désirent s'instruire, ce qui leur permettra de soutenir la concurrence dans la nouvelle économie mondiale du savoir.

Collectivités ingénieuses

Ce programme vise les objectifs suivants :

- aider les Collectivités ingénieuses à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies durables;
- offrir des possibilités d'apprentissage en favorisant les échanges entre les collectivités sur les activités, les expériences et les leçons apprises;
- de nouveaux débouchés, au pays et à l'étranger, pour les entreprises canadiennes qui mettent au point et offrent des applications et des services dans le domaine des TIC.

Résultats

Programme d'accès communautaire : On trouvera des renseignements sur les résultats obtenus par ce programme dans l'appendice A, sous Connectivité et à **pac.ic.gc.ca**.

Rescol : On trouvera des renseignements sur les résultats obtenus par ce programme dans l'appendice A, sous Connectivité et à **rescol.ca**.

Collectivités ingénieuses : On trouvera des renseignements sur les résultats obtenus par ce programme dans l'appendice A, sous Connectivité et à **collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**.

Fondation Pierre-Elliott-Trudeau

125 millions de dollars (subvention)

Objectifs

Encourager de jeunes élèves prometteurs à entreprendre des recherches avancées en sciences humaines en leur accordant des bourses d'études doctorales et postdoctorales (maximum de 25 bourses).

Résultats

Les fonds affectés à la Fondation Pierre-Elliott-Trudeau ont été versés en mars 2002 et on a commencé à assurer la dotation en personnel de l'organisme.

Shad International (Shad)

6 millions de dollars

Objectifs

La subvention fédérale de 6 millions de dollars permettra au programme Shad Valley d'aider les jeunes à acquérir des compétences en leadership, en sciences et en technologie et de cerner les occasions d'affaires pour les jeunes.

Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor)

Objectifs

L'objectif global de FedNor consiste à promouvoir le développement économique dans le Nord de l'Ontario, pour ainsi renforcer l'économie nationale et accroître les occasions d'affaires et les possibilités d'emploi.

Résultats

Accès au capital pour les petites entreprises : FedNor a consacré plus de 10 millions de dollars à 27 projets d'investissement.

Accès des petites entreprises à l'information : FedNor a attribué plus de 2,5 millions de dollars à 18 projets d'innovation et versé 10,7 millions pour le financement de 81 projets de connectivité.

Accès des petites entreprises aux marchés : FedNor a consacré 660 000 $ à 10 projets touchant le commerce.

Promotion de collectivités autonomes et viables : FedNor a attribué plus de 32 millions de dollars à 763 projets de partenariat communautaire.

Programme de développement des collectivités : Dans le cadre du Programme de développement des collectivités de l'Ontario (PDCO), FedNor a versé plus de 20 millions de dollars sous forme de contributions.

Dans le cadre du programme FedNor, des capitaux supplémentaires totalisant 9 millions de dollars ont été octroyés au fonds d'investissement des Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC).

On a poursuivi l'expansion du PDCO, afin d'assurer une couverture universelle à toutes les régions rurales de la province. Six régions auparavant non desservies par les SADC sont maintenant couvertes, grâce à la création de six SADC et à l'expansion du territoire de deux SADC existantes.

Génome Canada

135 millions de dollars

Objectifs

Cette initiative a pour objectif d'aider le Canada à devenir un chef de file mondial dans certains domaines de la recherche génomique en réunissant des consortiums pour mener des travaux de recherche, établir des plates-formes technologiques et réaliser de grands projets de recherche en génomique. Les principaux aspects de cette initiative sont les suivants : 1) la réalisation de vastes projets de recherche dans les domaines de la santé, de l'agriculture, de l'environnement, de la foresterie et des pêches; 2) le recrutement et le perfectionnement de la prochaine génération de scientifiques canadiens spécialisés en génomique; 3) les activités visant à sensibiliser davantage la population à la génomique et à aborder les préoccupations soulevées par ce domaine de la recherche.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **www.genomecanada.ca**.

Programmes de la Direction générale des applications de l'autoroute de l'information

Programme d'accès communautaire

28,9 millions de dollars en 2001-2002

Rescol

11,2 millions de dollars en 2001-2002

Collectivités ingénieuses

14,4 millions de dollars en 2001-2002

Objectifs

Programme d'accès communautaire

Ce programme vise à fournir un accès abordable à Internet à tous les Canadiens, afin de s'assurer qu'ils bénéficient de l'économie mondiale du savoir et se familiarisent avec les technologies correspondantes et, plus précisément, à établir des sites d'accès public dans les collectivités urbaines et rurales dans tout le pays.

Rescol

Ce programme a pour objectif de faciliter le branchement à Internet de toutes les écoles, y compris celles des Premières Nations, et de toutes les bibliothèques. En stimulant l'utilisation d'Internet dans un milieu d'apprentissage, Rescol permet de tirer parti des possibilités formidables qu'offrent les TIC pour le bénéfice de tous les Canadiens qui désirent s'instruire, ce qui leur permettra de soutenir la concurrence dans la nouvelle économie mondiale du savoir.

Collectivités ingénieuses

Ce programme vise les objectifs suivants :

- aider les Collectivités ingénieuses à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies durables;
- offrir des possibilités d'apprentissage en favorisant les échanges entre les collectivités sur les activités, les expériences et les leçons apprises;
- de nouveaux débouchés, au pays et à l'étranger, pour les entreprises canadiennes qui mettent au point et offrent des applications et des services dans le domaine des TIC.

Résultats

Programme d'accès communautaire : On trouvera des renseignements sur les résultats obtenus par ce programme dans l'appendice A, sous Connectivité et à **pac.ic.gc.ca**.

Rescol : On trouvera des renseignements sur les résultats obtenus par ce programme dans l'appendice A, sous Connectivité et à **rescol.ca**.

Collectivités ingénieuses : On trouvera des renseignements sur les résultats obtenus par ce programme dans l'appendice A, sous Connectivité et à **collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**.

Fondation Pierre-Elliott-Trudeau

125 millions de dollars (subvention)

Objectifs

Encourager de jeunes élèves prometteurs à entreprendre des recherches avancées en sciences humaines en leur accordant des bourses d'études doctorales et postdoctorales (maximum de 25 bourses).

Résultats

Les fonds affectés à la Fondation Pierre-Elliott-Trudeau ont été versés en mars 2002 et on a commencé à assurer la dotation en personnel de l'organisme.

Shad International (Shad)

6 millions de dollars

Objectifs

La subvention fédérale de 6 millions de dollars permettra au programme Shad Valley d'aider les jeunes à acquérir des compétences en leadership, en sciences et en technologie et de cerner les occasions d'affaires pour les jeunes.

Résultats

Grâce à ce partenariat entre les secteurs public et privé, Shad pourra :

- offrir le programme Shad Valley à des universités renommées autres que les huit avec lesquelles il collabore actuellement;
- augmenter de plus de 50 p. 100 le nombre d'élèves acceptés chaque année par Shad Valley, qui s'établit actuellement à 429, et ce indépendamment de leur situation financière;
- redoubler d'efforts pour reprendre sa place au Québec et relancer le programme francophone;
- augmenter de moitié le nombre d'entreprises partenaires qui offrent des stages rémunérés aux élèves;
- réduire les frais des élèves admissibles au programme.

Mécanisme de financement structuré

150 millions de dollars

Objectifs

Compte tenu de la conjoncture internationale actuelle dans le secteur de la construction navale et maritime industrielle, le Mécanisme de financement structuré constitue un élément essentiel du cadre stratégique canadien récemment annoncé dans le domaine de la construction navale *(Cap sur les nouveaux débouchés — Nouveau cadre stratégique pour le secteur canadien de la construction navale et maritime industrielle)*. Ce programme a pour objet d'aider les entreprises canadiennes à exploiter les possibilités du marché (notamment au Canada), de promouvoir l'investissement dans des compétences connexes et de favoriser l'innovation dans le domaine de technologies clés.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **strategis.gc.ca/SSGF/1/sj00016f.html**.

Partenariat technologique Canada

319,57 millions de dollars

Objectifs

Les objectifs de Partenariat technologique Canada (PTC) sont les suivants :

- favoriser la croissance économique, la création d'emplois et l'augmentation des revenus;
- appuyer le développement durable;
- établir et maintenir l'assise technologique industrielle et les compétences de base essentielles à une économie du savoir;
- encourager l'expansion des PME dans toutes les régions du Canada;
- stimuler l'investissement privé;
- gérer les contributions, de sorte que tous les remboursements soient réinvestis dans PTC en vue de favoriser la croissance future;
- gérer le ratio de partage pour les contributions de PTC, en visant un ratio moyen d'au plus 33 p. 100 (le ratio de PTC pour les projets habituels varie de 25 à 30 p. 100);
- adopter, en matière d'investissement, une approche fondée sur le partage des retombées et des risques.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **www.ptc.ic.gc.ca**.

On trouvera des résultats supplémentaires aux pages 12 et 61.

Résultats

Grâce à ce partenariat entre les secteurs public et privé, Shad pourra :

- offrir le programme Shad Valley à des universités renommées autres que les huit avec lesquelles il collabore actuellement;
- augmenter de plus de 50 p. 100 le nombre d'élèves acceptés chaque année par Shad Valley, qui s'établit actuellement à 429, et ce indépendamment de leur situation financière;
- redoubler d'efforts pour reprendre sa place au Québec et relancer le programme francophone;
- augmenter de moitié le nombre d'entreprises partenaires qui offrent des stages rémunérés aux élèves;
- réduire les frais des élèves admissibles au programme.

Mécanisme de financement structuré

150 millions de dollars

Objectifs

Compte tenu de la conjoncture internationale actuelle dans le secteur de la construction navale et maritime industrielle, le Mécanisme de financement structuré constitue un élément essentiel du cadre stratégique canadien récemment annoncé dans le domaine de la construction navale *(Cap sur les nouveaux débouchés — Nouveau cadre stratégique pour le secteur canadien de la construction navale et maritime industrielle)*. Ce programme a pour objet d'aider les entreprises canadiennes à exploiter les possibilités du marché (notamment au Canada), de promouvoir l'investissement dans des compétences connexes et de favoriser l'innovation dans le domaine de technologies clés.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **strategis.gc.ca/SSGF/1/sj00016f.html**.

Partenariat technologique Canada

319,57 millions de dollars

Objectifs

Les objectifs de Partenariat technologique Canada (PTC) sont les suivants :

- favoriser la croissance économique, la création d'emplois et l'augmentation des revenus;
- appuyer le développement durable;
- établir et maintenir l'assise technologique industrielle et les compétences de base essentielles à une économie du savoir;
- encourager l'expansion des PME dans toutes les régions du Canada;
- stimuler l'investissement privé;
- gérer les contributions, de sorte que tous les remboursements soient réinvestis dans PTC en vue de favoriser la croissance future;
- gérer le ratio de partage pour les contributions de PTC, en visant un ratio moyen d'au plus 33 p. 100 (le ratio de PTC pour les projets habituels varie de 25 à 30 p. 100);
- adopter, en matière d'investissement, une approche fondée sur le partage des retombées et des risques.

Résultats

Pour plus de renseignements, veuillez consulter **www.ptc.ic.gc.ca**.

On trouvera des résultats supplémentaires aux pages 12 et 61.

TABLEAU FINANCIER 7 : Prêts, investissements et avances

Prêts, investissements et avances par secteur d'activité

(en millions de dollars)

Secteur d'activité	Réels 1999-2000	Réels 2000-2001	Dépenses prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002*	Réels 2001-2002
Développement sectoriel de l'industrie	—	—	0,8	2,8	—
Total	**—**	**—**	**0,8**	**2,8**	**—**

* Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

TABLEAU FINANCIER 8 : Sommaires financiers concernant le fonds renouvelable

Fonds renouvelable de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)

(en millions de dollars)

	Réels 1999-2000	Réels 2000-2001	Dépenses prévues 2001-2002	Autorisations totales 2001-2002*	Réels 2001-2002
Recettes	70,9	72,5	81,0	81,0	77,3
Dépenses	61,3	64,3	76,8	76,8	75,1
Profit (perte)	9,6	8,2	4,2	4,2	2,2
Éléments n'exigeant pas l'utilisation du fonds renouvelable :					
Ajout : amortissement	14,4	14,7	12,8	12,8	12,5
Moins : amortissement d'assistance d'immobilisation reportée	(6,4)	(6,4)	(6,4)	(6,4)	(6,4)
Modification du capital de fonctionnement	(0,8)	3,5	2,8	2,2	0,8
Activités d'investissement :					
Acquisition de biens amortissables	(1,9)	(3,7)	(12,5)	(12,5)	(9,8)
Autres	3,1	1,4	0,0	(2,6)	7,5
Excédent de trésorerie (besoins)	**18,0**	**17,7**	**0,9**	**(2,3)**	**6,8**
Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement)	**25,4**	**43,1**	**44,0**	**40,8**	**49,9**

Nota : Une « ligne de crédit » de 15 millions de dollars a été approuvée comme maximum pouvant être prélevé du Trésor en tout temps.

* Les autorisations totales sont la somme des montants prévus au *Budget principal des dépenses* et au *Budget supplémentaire des dépenses* et des autres autorisations.

TABLEAU FINANCIER 9 : Passif éventuel

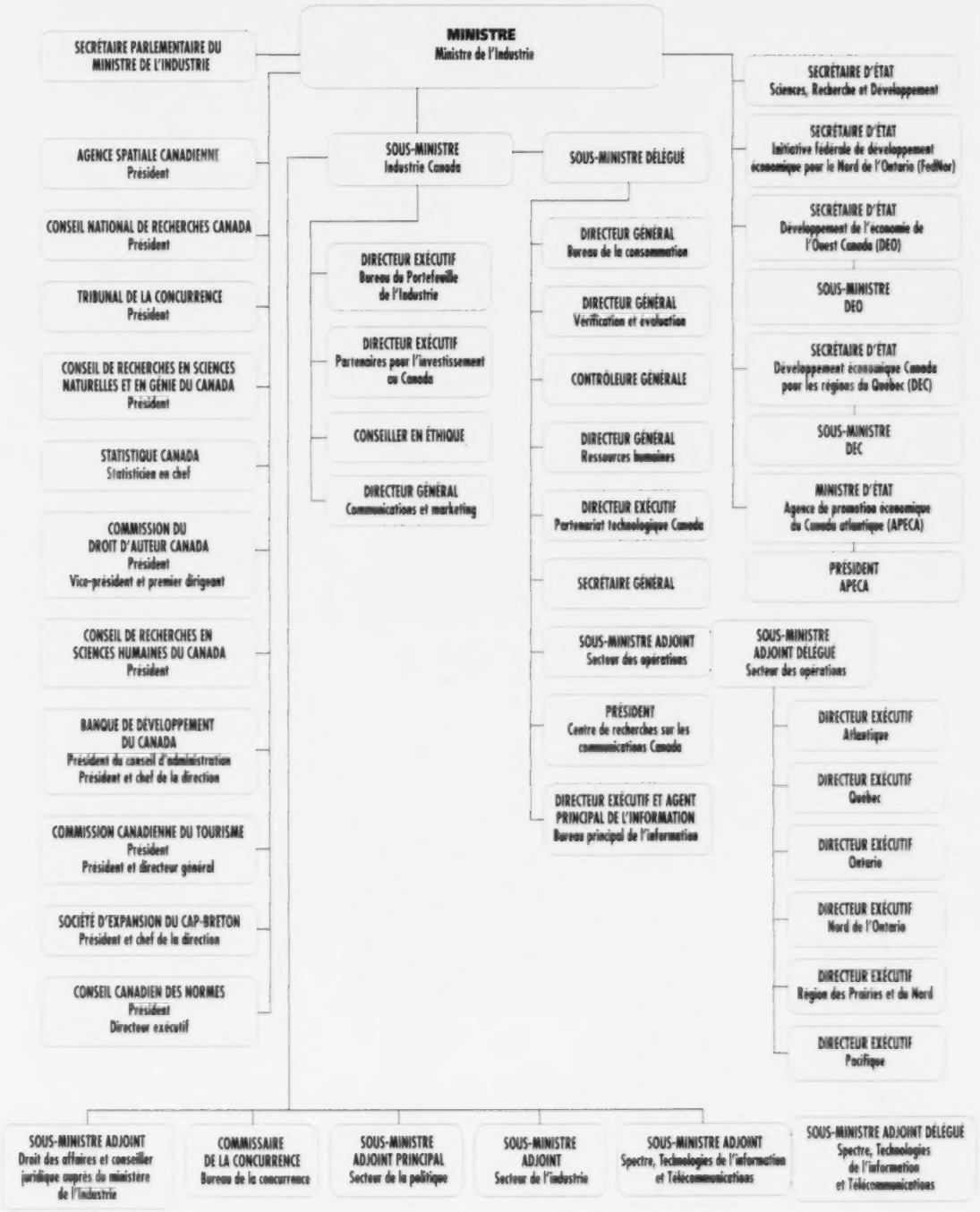
(en millions de dollars)

Liste des éléments du passif éventuel	Montant des éléments du passif éventuel au 31 mars 2000	au 31 mars 2001	Courant au 31 mars 2002
Assurances et garanties de prêts :			
- Programme d'expansion des entreprises	5,9	5,9	5,0
- *Loi sur les prêts aux petites entreprises*	959,5	830,9	696,1
- *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada*	296,8	451,3	471,1
- Programme cargos aériens de garanties de prêts (DHC-7 et 8)	324,4	310,7	301,3
- Programme supplémentaire de garanties (DHC-8)	1,0	0,8	0,6
- Canadian Airlines Corporation	—	—	—
- Programme économique des Autochtones	5,1	4,6	10,6
- First Union Commercial Corporation	—	—	—
- *Loi sur les subventions au développement régional*	58,8	64,0	64,7
- Programme de garanties de prêts Algoma Steel	—	—	50,0
Total partiel	1 651,5	1 668,2	1 599,4
Revendications et causes en instance ou imminentes	251,0	252,7	253,1
Total	**1 902,5**	**1 920,9**	**1 852,5**

Section 5

Renseignements supplémentaires

5.1 Organigramme du Portefeuille de l'Industrie



M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Appendice A

Renseignements détaillés sur les activités

Par principal engagement en matière de résultats (PER)

INNOVATION : Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

PER 1 : Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant

Défis à relever

Nombre d'organismes canadiens n'ont pas encore compris que, dans l'économie du savoir, le développement de produits et de procédés novateurs est la clé du succès sur le marché mondial.

Réalisations

- En collaboration avec DRHC, le Ministère a mis à jour le site Employeurs en ligne (**employeurs.gc.ca**), qui constitue la section du Portail des affaires consacrée à la gestion des ressources humaines (**gestionrh.gc.ca**), en l'occurrence une source d'information en ligne dans le domaine.
- Il a parrainé la conférence et l'atelier sur les pratiques exemplaires favorisant l'excellence sans gaspillage, organisés par Manufacturiers et Exportateurs canadiens. En outre, Industrie Canada a publié et fait connaître le *Guide canadien de ressources sur les processus de fabrication de haute performance*, qui prône un réseau national de fabrication sans gaspillage.
- Il a lancé le portail secondaire Innovation au Canada, dans le cadre du Portail des affaires (**portaildesaffaires.ca**), pour offrir aux gens d'affaires et aux scientifiques l'information et les outils permettant d'améliorer leur performance dans le domaine de l'innovation.
- Il a analysé la stratégie d'innovation du *Budget 1999*, dont les résultats ont été présentés et discutés à un atelier consacré à la recherche sur l'innovation à l'échelle internationale, organisé en novembre 2001 par Industrie Canada et Statistique Canada. Les documents seront publiés dans un ouvrage sur la perception de l'innovation, qui paraîtra en 2003.
- Dans le cadre de la conférence « La propriété intellectuelle et l'innovation dans l'économie du savoir », qui s'est déroulée à Toronto en mai 2001, Industrie Canada a présenté un survol de la documentation en ce qui a trait aux répercussions des droits de propriété intellectuelle sur la performance économique. (**innovationlaw.org/pages/1news.html**) [en anglais seulement]
- Le Ministère a appuyé Globe 2002, foire commerciale et conférence biennale où plus de 1 750 délégués provenant d'au-delà de 70 pays ont pu se familiariser avec les technologies et les services environnementaux.
- En collaboration avec l'industrie, il a élaboré la stratégie d'acquisition de compétences dans le domaine de l'automobile, qui regroupe plusieurs initiatives portant notamment sur la commercialisation du secteur de l'automobile comme choix de carrière intéressant, la gestion des relations avec la clientèle, l'enseignement technologique et l'acquisition de compétences non techniques.

PER 2 : Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités

Défis à relever

Le Canada fait piètre figure parmi les pays industrialisés en ce qui concerne l'ampleur de la recherche effectuée, en particulier par le secteur privé, celle-ci étant concentrée dans un nombre plutôt restreint d'entreprises.

Réalisations

- Par l'intermédiaire du volet des Mesures d'action précoce en matière de technologie, qui s'inscrit dans le cadre du Fonds d'action pour le changement climatique, le Ministère a aidé l'industrie à recenser les projets de R-D admissibles à une aide financière et technique. Il a géré le programme du Réseau de recherche appliquée préconcurrentielle (PRECARN), qui vise à stimuler la R-D préconcurrentielle en favorisant la participation à des projets de recherche réalisés en collaboration avec des partenaires étrangers et portant sur des technologies de réseau de pointe et des applications pour les systèmes intelligents. Il en est résulté 10 projets de recherche totalisant environ 8,4 millions de dollars dans les secteurs cibles, notamment la médecine, la robotique et la sécurité. (**www.precarn.ca**)

- Industrie Canada a exploré les grandes questions se rapportant aux compétences dans le domaine des TIC et la contribution du personnel hautement qualifié dans tous les secteurs de l'économie canadienne.
- Il a formé un consortium avec des organismes d'Ottawa-Gatineau spécialisés dans le domaine de la recherche en photonique (**www.opra.ca**). Le consortium construit actuellement un nouveau centre intégré de recherche en photonique au campus du Centre de recherches sur les communications Canada (CRC).
- Le Ministère a apporté un appui aux PME canadiennes sur le plan de la gestion et de la technique en ce qui concerne la récupération de méthane dans les décharges, les applications faisant appel au gaz naturel pour le transport ainsi que l'utilisation de ces technologies dans les pays en développement.
- En collaboration avec Partenariat technologique Canada, il a remanié en profondeur le Cadre technologique du secteur canadien de l'aérospatiale et de la défense, qui fait ressortir la nécessité de mettre l'accent sur des pratiques novatrices pour améliorer le rendement et la compétitivité. Huit domaines critiques de la technologie aérospatiale ont été retenus en vue de recherches et d'investissements stratégiques conjoints regroupant l'industrie, le milieu universitaire et les administrations publiques.

PER 3 : Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens

Défis à relever

De façon générale, au Canada, le rendement des investissements attribuable à la commercialisation des résultats de la recherche et à l'adoption de technologies et de procédés nouveaux est plus bas que dans les pays qui lui font concurrence.

Réalisations

- Le CRC a apporté son aide aux PME grâce à la Société d'implantation de la radio numérique, consortium de l'industrie de la radiodiffusion, en concevant des postes émetteurs pour la couverture continue du corridor Québec-Windsor.
- Le Ministère a mis au point de nouvelles méthodes de production cinématographique et télévisuelle afin de réduire les coûts.

PER 4 : Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une écoefficacité accrue au Canada

Défis à relever

De façon générale, les organismes canadiens accusent un retard par rapport à leurs concurrents étrangers en ce qui a trait à l'adoption de pratiques et de technologies environnementales visant une écoefficacité accrue, de même qu'au chapitre de la sensibilisation de la population et de la R-D dans ce domaine.

Réalisations

- Le Ministère a approuvé 22 projets et plates-formes en génomique, pour lesquels Génome Canada a fourni 135 millions de dollars.
- Il a financé, par le truchement de la Fondation canadienne pour l'innovation, 14 projets d'infrastructure de recherche universitaire évalués à 34,5 millions de dollars dans les domaines de l'hydrologie, de l'ingénierie environnementale, de l'océanographie, de l'évolution et de l'écologie, de la science du sol ainsi que de la biologie des plantes et des arbres.
- Il a stimulé l'innovation en design éco-industriel au sein des organisations canadiennes, grâce à des projets visant à remanier les pratiques des PME en matière de prestation de services et de fabrication, à explorer des moyens de concevoir des complexes industriels efficaces et à appuyer les partenariats communautaires intégrant la croissance économique et le design écologique.
- Il a contribué à l'élaboration d'une entente sur la performance environnementale entre l'industrie de la fabrication de pièces automobiles, Environnement Canada, Industrie Canada et Enquête pollution, afin de sensibiliser l'industrie aux substances toxiques et de stimuler les efforts volontaires pour en réduire ou en éliminer l'utilisation.
- Le Ministère a réalisé une étude, intitulée *Les technologies de fabrication de pointe pour l'industrie canadienne du vêtement*, qui analysait la possibilité d'appliquer de nouvelles technologies au sein de l'industrie. Il a communiqué des données dans le but d'améliorer l'adoption d'innovations et recensé les compétences en gestion requises.

Appendice A

Renseignements détaillés sur les activités

Par principal engagement en matière de résultats (PER)

INNOVATION : Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

PER 1 : Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant

Défis à relever

Nombre d'organismes canadiens n'ont pas encore compris que, dans l'économie du savoir, le développement de produits et de procédés novateurs est la clé du succès sur le marché mondial.

Réalisations

- En collaboration avec DRHC, le Ministère a mis à jour le site Employeurs en ligne (**employeurs.gc.ca**), qui constitue la section du Portail des affaires consacrée à la gestion des ressources humaines (**gestionrh.gc.ca**), en l'occurrence une source d'information en ligne dans le domaine.
- Il a parrainé la conférence et l'atelier sur les pratiques exemplaires favorisant l'excellence sans gaspillage, organisés par Manufacturiers et Exportateurs canadiens. En outre, Industrie Canada a publié et fait connaître le *Guide canadien de ressources sur les processus de fabrication de haute performance*, qui prône un réseau national de fabrication sans gaspillage.
- Il a lancé le portail secondaire Innovation au Canada, dans le cadre du Portail des affaires (**portaildesaffaires.ca**), pour offrir aux gens d'affaires et aux scientifiques l'information et les outils permettant d'améliorer leur performance dans le domaine de l'innovation.
- Il a analysé la stratégie d'innovation du *Budget 1999*, dont les résultats ont été présentés et discutés à un atelier consacré à la recherche sur l'innovation à l'échelle internationale, organisé en novembre 2001 par Industrie Canada et Statistique Canada. Les documents seront publiés dans un ouvrage sur la perception de l'innovation, qui paraîtra en 2003.
- Dans le cadre de la conférence « La propriété intellectuelle et l'innovation dans l'économie du savoir », qui s'est déroulée à Toronto en mai 2001, Industrie Canada a présenté un survol de la documentation en ce qui a trait aux répercussions des droits de propriété intellectuelle sur la performance économique. (**innovationlaw.org/pages/1news.html**) [en anglais seulement]
- Le Ministère a appuyé Globe 2002, foire commerciale et conférence biennale où plus de 1 750 délégués provenant d'au-delà de 70 pays ont pu se familiariser avec les technologies et les services environnementaux.
- En collaboration avec l'industrie, il a élaboré la stratégie d'acquisition de compétences dans le domaine de l'automobile, qui regroupe plusieurs initiatives portant notamment sur la commercialisation du secteur de l'automobile comme choix de carrière intéressant, la gestion des relations avec la clientèle, l'enseignement technologique et l'acquisition de compétences non techniques.

PER 2 : Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités

Défis à relever

Le Canada fait piètre figure parmi les pays industrialisés en ce qui concerne l'ampleur de la recherche effectuée, en particulier par le secteur privé, celle-ci étant concentrée dans un nombre plutôt restreint d'entreprises.

Réalisations

- Par l'intermédiaire du volet des Mesures d'action précoce en matière de technologie, qui s'inscrit dans le cadre du Fonds d'action pour le changement climatique, le Ministère a aidé l'industrie à recenser les projets de R-D admissibles à une aide financière et technique. Il a géré le programme du Réseau de recherche appliquée préconcurrentielle (PRECARN), qui vise à stimuler la R-D préconcurrentielle en favorisant la participation à des projets de recherche réalisés en collaboration avec des partenaires étrangers et portant sur des technologies de réseau de pointe et des applications pour les systèmes intelligents. Il en est résulté 10 projets de recherche totalisant environ 8,4 millions de dollars dans les secteurs cibles, notamment la médecine, la robotique et la sécurité. (**www.precarn.ca**)

- Industrie Canada a exploré les grandes questions se rapportant aux compétences dans le domaine des TIC et la contribution du personnel hautement qualifié dans tous les secteurs de l'économie canadienne.
- Il a formé un consortium avec des organismes d'Ottawa-Gatineau spécialisés dans le domaine de la recherche en photonique (**www.opra.ca**). Le consortium construit actuellement un nouveau centre intégré de recherche en photonique au campus du Centre de recherches sur les communications Canada (CRC).
- Le Ministère a apporté un appui aux PME canadiennes sur le plan de la gestion et de la technique en ce qui concerne la récupération de méthane dans les décharges, les applications faisant appel au gaz naturel pour le transport ainsi que l'utilisation de ces technologies dans les pays en développement.
- En collaboration avec Partenariat technologique Canada, il a remanié en profondeur le Cadre technologique du secteur canadien de l'aérospatiale et de la défense, qui fait ressortir la nécessité de mettre l'accent sur des pratiques novatrices pour améliorer le rendement et la compétitivité. Huit domaines critiques de la technologie aérospatiale ont été retenus en vue de recherches et d'investissements stratégiques conjoints regroupant l'industrie, le milieu universitaire et les administrations publiques.

PER 3 : Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens

Défis à relever

De façon générale, au Canada, le rendement des investissements attribuable à la commercialisation des résultats de la recherche et à l'adoption de technologies et de procédés nouveaux est plus bas que dans les pays qui lui font concurrence.

Réalisations

- Le CRC a apporté son aide aux PME grâce à la Société d'implantation de la radio numérique, consortium de l'industrie de la radiodiffusion, en concevant des postes émetteurs pour la couverture continue du corridor Québec-Windsor.
- Le Ministère a mis au point de nouvelles méthodes de production cinématographique et télévisuelle afin de réduire les coûts.

PER 4 : Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une écoefficacité accrue au Canada

Défis à relever

De façon générale, les organismes canadiens accusent un retard par rapport à leurs concurrents étrangers en ce qui a trait à l'adoption de pratiques et de technologies environnementales visant une écoefficacité accrue, de même qu'au chapitre de la sensibilisation de la population et de la R-D dans ce domaine.

Réalisations

- Le Ministère a approuvé 22 projets et plates-formes en génomique, pour lesquels Génome Canada a fourni 135 millions de dollars.
- Il a financé, par le truchement de la Fondation canadienne pour l'innovation, 14 projets d'infrastructure de recherche universitaire évalués à 34,5 millions de dollars dans les domaines de l'hydrologie, de l'ingénierie environnementale, de l'océanographie, de l'évolution et de l'écologie, de la science du sol ainsi que de la biologie des plantes et des arbres.
- Il a stimulé l'innovation en design éco-industriel au sein des organisations canadiennes, grâce à des projets visant à remanier les pratiques des PME en matière de prestation de services et de fabrication, à explorer des moyens de concevoir des complexes industriels efficaces et à appuyer les partenariats communautaires intégrant la croissance économique et le design écologique.
- Il a contribué à l'élaboration d'une entente sur la performance environnementale entre l'industrie de la fabrication de pièces automobiles, Environnement Canada, Industrie Canada et Enquête pollution, afin de sensibiliser l'industrie aux substances toxiques et de stimuler les efforts volontaires pour en réduire ou en éliminer l'utilisation.
- Le Ministère a réalisé une étude, intitulée *Les technologies de fabrication de pointe pour l'industrie canadienne du vêtement*, qui analysait la possibilité d'appliquer de nouvelles technologies au sein de l'industrie. Il a communiqué des données dans le but d'améliorer l'adoption d'innovations et recensé les compétences en gestion requises.

- Il a appuyé l'élaboration d'un outil d'analyse comparative de la responsabilité sociale des entreprises pour l'industrie et appuyé un sondage mené auprès de 20 pays pour connaître l'opinion publique sur cette question.
- Le Ministère a commandé une étude, intitulée *Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada*, et mené les consultations initiales auprès d'associations industrielles pour sensibiliser l'industrie canadienne à la question du développement durable et l'inciter à présenter davantage de rapports sur le sujet.
- Dans le cadre d'Équipe Commerce Canada, il a encouragé les entreprises à adopter des technologies qui améliorent l'écoefficacité ou la performance environnementale.
- Il a collaboré avec l'Association canadienne de la technologie de l'information à l'élaboration d'un plan d'action pour l'industrie concernant le recyclage des ordinateurs et du matériel de communication usagé (**www.itac.ca**) [en anglais seulement].
- Industrie Canada a produit une version électronique et imprimée du guide des compétences canadiennes dans le domaine des piles à combustible. Il a appuyé l'évaluation de bio-solutions environnementales et de bio-technologies de l'eau.
- Il a recensé les possibilités canadiennes dans le domaine des technologies logicielles en environnement.
- Il a participé à un projet interministériel sur l'élaboration d'indicateurs du rendement en matière de transport durable.

CONNECTIVITÉ : Faire du Canada le pays le plus branché du monde

PER 1 : Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible

Défis à relever

Les Canadiens ne bénéficient pas tous d'un accès universel à prix abordable aux services de télécommunications, à Internet ou aux nouveaux systèmes et services de pointe, ce qui réduit les possibilités économiques et sociales et contribue au fossé numérique.

Réalisations

- Par l'intermédiaire du site Web de Rescol, le Ministère propose des liens donnant accès à plus de 5 000 ressources pédagogiques approuvées par des enseignants, facilitant ainsi l'accès des autres enseignants et des élèves canadiens à un immense bassin de ressources en ligne. (**rescol.ca**)
- Depuis 1993, le programme Ordinateurs pour les écoles (OPE) a fourni 340 000 ordinateurs à des écoles et à des bibliothèques et embauché plus de 1 700 jeunes pour remettre les appareils en état. (**www.rescol.ca/cfs-ope**)
- VolNet a branché plus de 11 000 organismes bénévoles, assuré la formation de plus de 17 000 bénévoles et subventionné l'achat de 8 725 ordinateurs (**www.volnet.org**).
- Le Réseau des écoles innovatrices (REI) de Rescol a accordé une aide financière à 84 écoles du REI (31 se sont ajoutées en 2001-2002) qui encouragent le développement et l'utilisation efficaces de la technologie dans les milieux d'apprentissage. (**www.rescol.ca/nis-rei**)
- Le Ministère a mis plusieurs bandes de fréquences à la disposition des régions rurales pour favoriser les communications de pointe. Afin d'aider les entreprises canadiennes à commercialiser de nouveaux produits à l'échelle internationale, il a développé de nouvelles technologies et une série de produits, pour lesquels il a obtenu des brevets et octroyé des licences. (**www-ext.crc.ca/fec/french.html.**)
- Il a mis à l'essai un laboratoire virtuel consacré aux micro-ondes, financé en partie par la Fondation canadienne pour l'innovation, dans le but de déployer des centres d'essai dans toutes les régions du pays afin de commander à distance les circuits intégrés pour micro-ondes. (**www.innovation.ca**)
- Il a organisé une réunion portant sur la sécurité publique pour examiner les questions relatives à l'interopérabilité des systèmes de communication entre les organismes du pays (p. ex. la GRC, les autres services de police et les services d'urgence) ainsi qu'entre les organismes canadiens et américains.
- Il a octroyé une licence à Télésat Canada pour mettre au point une station spatiale du service fixe par satellite et l'exploiter à la position orbitale 118,7° de longitude ouest dans les bandes de fréquences C ou Ku, afin de fournir des services de télécommunications de base et de pointe dans toutes les régions du Canada, ainsi qu'un accès multimédia et Internet interactif.

Défis à relever

Nombre de régions rurales et éloignées ne disposent pas d'une infrastructure de pointe et pourraient éprouver des difficultés à surmonter les obstacles financiers et technologiques sans l'aide du gouvernement fédéral.

Réalisations

- Le Programme d'accès communautaire (PAC) a approuvé l'établissement de sites d'accès public, portant ainsi le réseau à 8 800 sites, et il a commencé à fournir du financement pour en assurer la viabilité. **(pac.ic.gc.ca)**
- Industrie Canada a investi plus de 3,6 millions de dollars dans 11 projets réalisés en partenariat avec le Conseil tribal Keewaytinook Okimakanak, qui regroupe six collectivités éloignées des Premières Nations établies au nord de Red Lake, en Ontario. Ils ont mis en place un réseau numérique à micro-ondes pour offrir des services de télécommunication à 11 collectivités éloignées des Premières Nations, fourni des centraux téléphoniques modernes et mis sur pied des réseaux d'ordinateurs reliant les membres du Conseil tribal. En outre, ces collectivités peuvent ainsi avoir accès à Internet et aux applications reposant sur la vidéo-conférence, par exemple, la télémédecine et l'enseignement secondaire en ligne. **(www.fednor.ic.gc.ca)**
- Industrie Canada a créé un nouveau programme de recherche multidisciplinaire pour explorer des moyens rentables d'assurer des services à large bande aux régions éloignées et rurales grâce aux télécommunications avec ou sans fil et par satellite. **(crc.ca/fr/html/crc/research/initiatives/initiatives)**
- Il a mis à profit ses compétences et installé des terminaux de satellites dans 12 collectivités dans le cadre du projet SmartLabrador. **(collectivitesingenieuses.ic.gc.ca/lab-launch_f.asp)**

Défis à relever

Les Canadiens qui ne maîtrisent pas suffisamment l'informatique risquent de ne pas profiter pleinement de l'économie du savoir.

Réalisations

- Rescol à la source a financé la création de 7 200 projets multimédias en ligne novateurs, réalisés par des élèves et des enseignants des niveaux primaire et secondaire. Depuis 1996, ce programme a appuyé plus de 30 000 projets réalisés en classe. **(rescol.ca/alasource)**
- LearnCanada a offert une connexion à large bande et mis au point des outils pédagogiques pour l'enseignement par les pairs dans le cadre d'un projet pilote auxquels participent six conseils scolaires de toutes les régions du Canada. **(www.learncanada.ca)** [en anglais seulement]
- Le Ministère a assuré l'installation et la maintenance de l'équipement de réseau satellitaire et local dans 13 collectivités des Premières Nations et a enseigné à des membres des collectivités la façon d'utiliser cette technologie.
- En 2001-2002, le programme Étudiants bien branchés a dispensé une formation portant sur le commerce électronique et Internet à plus de 18 000 entreprises et personnes âgées, soit un nombre de 20 p. 100 supérieur à l'objectif de 15 000. **(www.scp-ebb.com)**

PER 2 : Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique

Défis à relever

Dans l'élaboration de politiques et la mise au point de procédés, il faut se maintenir à la fine pointe pour relever en temps opportun les défis propres à l'évolution d'Internet à l'économie du savoir.

Réalisations

- Le Ministère a conclu un accord de financement de 2,5 millions de dollars, provenant de CANARIE, pour le Conseil canadien du commerce électronique (CCCE), afin poursuivre l'élaboration d'un répertoire national des produits pour le commerce interentreprises au Canada. Le service assuré par le CCCE devrait accroître l'efficacité en ouvrant la voie au commerce électronique dans les secteurs canadiens de la vente au détail, des produits pharmaceutiques et de l'alimentation. **(www.eccc.org/public/index.html)** [en anglais seulement]
- Le Ministère a élaboré un Cadre technologique du secteur canadien de l'aérospatiale et de la défense, qui fait état des technologies essentielles à l'intention des intervenants. Il compte par ailleurs accroître la communication et faciliter la collaboration en ce qui concerne ces technologies essentielles au maintien de la compétitivité. **(strategis.gc.ca/SSGF/ad03627f.html)**
- En partenariat avec 18 associations industrielles dans des secteurs tels que le commerce de détail, la fabrication de pointe, la gestion et la logistique de la chaîne d'approvisionnement, Industrie Canada a élaboré une série de Vues d'ensemble du commerce électronique. Il s'agissait notamment de cerner les défis et les obstacles dans le domaine qui sont propres à des secteurs particuliers.

- Il a appuyé l'élaboration d'un outil d'analyse comparative de la responsabilité sociale des entreprises pour l'industrie et appuyé un sondage mené auprès de 20 pays pour connaître l'opinion publique sur cette question.
- Le Ministère a commandé une étude, intitulée *Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada*, et mené les consultations initiales auprès d'associations industrielles pour sensibiliser l'industrie canadienne à la question du développement durable et l'inciter à présenter davantage de rapports sur le sujet.
- Dans le cadre d'Équipe Commerce Canada, il a encouragé les entreprises à adopter des technologies qui améliorent l'écoefficacité ou la performance environnementale.
- Il a collaboré avec l'Association canadienne de la technologie de l'information à l'élaboration d'un plan d'action pour l'industrie concernant le recyclage des ordinateurs et du matériel de communication usagé (**www.itac.ca**) [en anglais seulement].
- Industrie Canada a produit une version électronique et imprimée du guide des compétences canadiennes dans le domaine des piles à combustible. Il a appuyé l'évaluation de bio-solutions environnementales et de bio-technologies de l'eau.
- Il a recensé les possibilités canadiennes dans le domaine des technologies logicielles en environnement.
- Il a participé à un projet interministériel sur l'élaboration d'indicateurs du rendement en matière de transport durable.

CONNECTIVITÉ : Faire du Canada le pays le plus branché du monde

PER 1 : Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible

Défis à relever

Les Canadiens ne bénéficient pas tous d'un accès universel à prix abordable aux services de télécommunications, à Internet ou aux nouveaux systèmes et services de pointe, ce qui réduit les possibilités économiques et sociales et contribue au fossé numérique.

Réalisations

- Par l'intermédiaire du site Web de Rescol, le Ministère propose des liens donnant accès à plus de 5 000 ressources pédagogiques approuvées par des enseignants, facilitant ainsi l'accès des autres enseignants et des élèves canadiens à un immense bassin de ressources en ligne. (**rescol.ca**)
- Depuis 1993, le programme Ordinateurs pour les écoles (OPE) a fourni 340 000 ordinateurs à des écoles et à des bibliothèques et embauché plus de 1 700 jeunes pour remettre les appareils en état. (**www.rescol.ca/cfs-ope**)
- VolNet a branché plus de 11 000 organismes bénévoles, assuré la formation de plus de 17 000 bénévoles et subventionné l'achat de 8 725 ordinateurs (**www.volnet.org**).
- Le Réseau des écoles innovatrices (REI) de Rescol a accordé une aide financière à 84 écoles du REI (31 se sont ajoutées en 2001-2002) qui encouragent le développement et l'utilisation efficaces de la technologie dans les milieux d'apprentissage. (**www.rescol.ca/nis-rei**)
- Le Ministère a mis plusieurs bandes de fréquences à la disposition des régions rurales pour favoriser les communications de pointe. Afin d'aider les entreprises canadiennes à commercialiser de nouveaux produits à l'échelle internationale, il a développé de nouvelles technologies et une série de produits, pour lesquels il a obtenu des brevets et octroyé des licences. (**www-ext.crc.ca/fec/french.html.**)
- Il a mis à l'essai un laboratoire virtuel consacré aux micro-ondes, financé en partie par la Fondation canadienne pour l'innovation, dans le but de déployer des centres d'essai dans toutes les régions du pays afin de commander à distance les circuits intégrés pour micro-ondes. (**www.innovation.ca**)
- Il a organisé une réunion portant sur la sécurité publique pour examiner les questions relatives à l'interopérabilité des systèmes de communication entre les organismes du pays (p. ex. la GRC, les autres services de police et les services d'urgence) ainsi qu'entre les organismes canadiens et américains.
- Il a octroyé une licence à Télésat Canada pour mettre au point une station spatiale du service fixe par satellite et l'exploiter à la position orbitale 118,7° de longitude ouest dans les bandes de fréquences C ou Ku, afin de fournir des services de télécommunications de base et de pointe dans toutes les régions du Canada, ainsi qu'un accès multimédia et Internet interactif.

Défis à relever

Nombre de régions rurales et éloignées ne disposent pas d'une infrastructure de pointe et pourraient éprouver des difficultés à surmonter les obstacles financiers et technologiques sans l'aide du gouvernement fédéral.

Réalisations

- Le Programme d'accès communautaire (PAC) a approuvé l'établissement de sites d'accès public, portant ainsi le réseau à 8 800 sites, et il a commencé à fournir du financement pour en assurer la viabilité. (**pac.ic.gc.ca**)
- Industrie Canada a investi plus de 3,6 millions de dollars dans 11 projets réalisés en partenariat avec le Conseil tribal Keewaytinook Okimakanak, qui regroupe six collectivités éloignées des Premières Nations établies au nord de Red Lake, en Ontario. Ils ont mis en place un réseau numérique à micro-ondes pour offrir des services de télécommunication à 11 collectivités éloignées des Premières Nations, fourni des centraux téléphoniques modernes et mis sur pied des réseaux d'ordinateurs reliant les membres du Conseil tribal. En outre, ces collectivités peuvent ainsi avoir accès à Internet et aux applications reposant sur la vidéo-conférence, par exemple, la télémédecine et l'enseignement secondaire en ligne. (**www.fednor.ic.gc.ca**)
- Industrie Canada a créé un nouveau programme de recherche multidisciplinaire pour explorer des moyens rentables d'assurer des services à large bande aux régions éloignées et rurales grâce aux télécommunications avec ou sans fil et par satellite. (**crc.ca/fr/html/crc/research/initiatives/initiatives**)
- Il a mis à profit ses compétences et installé des terminaux de satellites dans 12 collectivités dans le cadre du projet SmartLabrador. (**collectivitesingenieuses.ic.gc.ca/lab-launch_f.asp**)

Défis à relever

Les Canadiens qui ne maîtrisent pas suffisamment l'informatique risquent de ne pas profiter pleinement de l'économie du savoir.

Réalisations

- Rescol à la source a financé la création de 7 200 projets multimédias en ligne novateurs, réalisés par des élèves et des enseignants des niveaux primaire et secondaire. Depuis 1996, ce programme a appuyé plus de 30 000 projets réalisés en classe. (**rescol.ca/alasource**)
- LearnCanada a offert une connexion à large bande et mis au point des outils pédagogiques pour l'enseignement par les pairs dans le cadre d'un projet pilote auxquels participent six conseils scolaires de toutes les régions du Canada. (**www.learncanada.ca**) [en anglais seulement]
- Le Ministère a assuré l'installation et la maintenance de l'équipement de réseau satellitaire et local dans 13 collectivités des Premières Nations et a enseigné à des membres des collectivités la façon d'utiliser cette technologie.
- En 2001-2002, le programme Étudiants bien branchés a dispensé une formation portant sur le commerce électronique et Internet à plus de 18 000 entreprises et personnes âgées, soit un nombre de 20 p. 100 supérieur à l'objectif de 15 000. (**www.scp-ebb.com**)

PER 2 : Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique

Défis à relever

Dans l'élaboration de politiques et la mise au point de procédés, il faut se maintenir à la fine pointe pour relever en temps opportun les défis propres à l'évolution d'Internet à l'économie du savoir.

Réalisations

- Le Ministère a conclu un accord de financement de 2,5 millions de dollars, provenant de CANARIE, pour le Conseil canadien du commerce électronique (CCCE), afin poursuivre l'élaboration d'un répertoire national des produits pour le commerce interentreprises au Canada. Le service assuré par le CCCE devrait accroître l'efficacité en ouvrant la voie au commerce électronique dans les secteurs canadiens de la vente au détail, des produits pharmaceutiques et de l'alimentation. (**www.eccc.org/public/index.html**) [en anglais seulement]
- Le Ministère a élaboré un Cadre technologique du secteur canadien de l'aérospatiale et de la défense, qui fait état des technologies essentielles à l'intention des intervenants. Il compte par ailleurs accroître la communication et faciliter la collaboration en ce qui concerne ces technologies essentielles au maintien de la compétitivité. (**strategis.gc.ca/SSGF/ad03627f.html**)
- En partenariat avec 18 associations industrielles dans des secteurs tels que le commerce de détail, la fabrication de pointe, la gestion et la logistique de la chaîne d'approvisionnement, Industrie Canada a élaboré une série de Vues d'ensemble du commerce électronique. Il s'agissait notamment de cerner les défis et les obstacles dans le domaine qui sont propres à des secteurs particuliers.

Défis à relever

Les entreprises et les consommateurs doutent encore de la sécurité et de la confidentialité des transactions commerciales électroniques.

Réalisations

- Le Ministère a accru la recherche sur la sécurité des réseaux en créant un nouveau projet et le laboratoire connexe, en collaboration avec le ministère de la Défense nationale et le Centre de la sécurité des télécommunications. Les travaux porteront sur la détection et la prévention des attentats contre les infrastructures de réseau.
- Le programme Étudiants bien branchés a assuré des services dans le domaine du commerce électronique, notamment en communiquant des renseignements pratiques détaillés sur la sécurité dans Internet (**www.scp-ebb.com**).

Défis à relever

Il faut continuer de viser l'harmonisation internationale des lois, des politiques et des pratiques qui favorisent la sécurité des transactions et la protection des renseignements personnels.

Réalisations

- Le Ministère a mis en branle le Centre des opérations des télécommunications d'urgence, en étroite collaboration avec l'Association canadienne de la gestion d'urgence en télécommunications, pour faciliter l'échange de renseignements essentiels et l'entraide entre le Canada et les États-Unis. (**spectrum.ic.gc.ca/urgent/pacific/htms/ctepa.ppt**) [en anglais seulement]

Défis à relever

Les entreprises ne sont pas vraiment conscientes des avantages du commerce électronique et les consommateurs tardent à l'adopter pour effectuer leurs transactions.

Réalisations

- Industrie Canada a appuyé les travaux de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes, qui a publié son rapport final, intitulé *Progression rapide 3.0 — Continuer sur notre lancée*, lequel souligne les réalisations dans la promotion des initiatives de commerce électronique et des changements apportés à la politique. (**www.tableronde.ca**)
- Il a offert aux PME une formation sur le commerce électronique, grâce à la gamme de services assurés dans le cadre du volet *Le commerce électronique — Première étape* du programme Étudiants bien branchés. Depuis la planification, l'évaluation et la promotion d'un site Web jusqu'à l'intégration de mécanismes de paiement aux activités en ligne, ces services aident les PME à mieux comprendre les avantages que peut leur apporter le commerce électronique. (**www.scp-ebb.com**)
- Le Ministère a élaboré et publié une série de Vues d'ensemble du commerce électronique, qu'il a distribuées à plus de 50 000 PME canadiennes. La série présente l'utilisation et l'adaptation du commerce électronique en établissant des points de référence. Le Conseil du commerce de détail et les secteurs de l'enseignement privé élaborent des plans d'action et des trousses d'outils s'inspirant de cette série.

Défis à relever

Il y a trop peu de fournisseurs canadiens de solutions, d'applications et de services relatifs au commerce électronique dans Internet pour répondre aux besoins du marché.

Réalisations

- Industrie Canada a étoffé la base de données sur les fournisseurs de solutions pour le commerce électronique et créé la base de données sur les fournisseurs de services de sécurité de la TI, qui offre un guichet unique pour les services informatiques.

PER 3 : Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne

Défis à relever

Il faut accroître la quantité et améliorer la qualité des applications, des collections, de l'information et des services multimédias se rapportant au Canada et aux Canadiens. L'un des principaux défis consiste à offrir davantage de contenu communautaire, de contenu en français et de possibilités d'apprentissage en ligne. Les entreprises de services Internet au pays risquent fort d'accuser un retard par rapport à la concurrence étrangère.

Réalisations

- Dans le cadre des Collectivités ingénieuses, 12 projets témoins sont en cours dans plus de 100 collectivités. Ils regroupent 1,9 million de personnes et font intervenir 246 partenaires. (**collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**)
- Le Programme des didacticiels multimédias et des nouvelles applications d'accès public de Rescol a fourni environ 2,4 millions de dollars sous forme de financement de contrepartie pour la réalisation de 11 projets portant sur des didacticiels. (**www.rescol.ca/fonds**)
- Campus branché canadien a lancé un consortium en ligne, regroupant 75 établissements d'enseignement postsecondaire et plus de 2 000 cours en ligne de niveau universitaire ou collégial (**www.rescol.ca/campus/fr/feature.html**).
- Les 74 projets des Francommunautés virtuelles (1998-2001) ont offert aux communautés francophones du Canada des moyens novateurs de communiquer et de créer des réseaux francophones (**francommunautes.ic.gc.ca**).
- Plus de 50 000 employeurs et 250 000 chercheurs d'emploi se sont inscrits à Compétence.ca. En moyenne, ils sont 10 000 à s'inscrire chaque mois dans les sites de ce réseau (**competence.ca**).
- Le Ministère s'est lancé dans une vaste initiative pour améliorer les Solutions environnementales canadiennes. Cet outil permet de faire connaître les entreprises canadiennes qui offrent des technologies et des services permettant de résoudre les problèmes environnementaux associés au changement climatique. (**prods.businesscanada.ic.gc.ca/Ces_Web/_index_.cfm?target=french**)
- Il a élaboré un module de formation intitulé *Guide canadien de ressources sur les processus de fabrication de haute performance*, qui a permis de sensibiliser les membres des administrations publiques et du secteur privé à la fabrication de haute performance. (**strategis.gc.ca/SSGF/at01177f.html**)
- Le site Web Grappes de compétences canadiennes en biotechnologies présente de l'information à l'intention de ceux qui s'intéressent aux activités de recherche d'avant-garde (y compris le transfert technologique), le profil des entreprises, les mécanismes de soutien ainsi que les possibilités d'investissement dans plusieurs villes à la grandeur du pays. Ce site, auquel ont accès le secteur privé et d'autres ministères, aide à faire valoir auprès des investisseurs étrangers potentiels les produits et services des entreprises locales, provinciales et nationales et de recenser des partenaires canadiens éventuels pour ces investisseurs. (**strategis.gc.ca/SSGF/ck00074f.html**)

Défis à relever

Il y a de nouvelles occasions à saisir pour favoriser davantage le perfectionnement des compétences et la réalisation d'expériences multimédias dans toutes les régions et toutes les collectivités canadiennes.

Réalisations

- Le programme de la Salle de classe virtuelle a facilité l'interaction sur les réseaux à large bande entre les organismes gouvernementaux, comme l'Agence spatiale canadienne, et des élèves des niveaux primaires de toutes les régions du pays, dont des écoles des Premières Nations. Une connexion à large bande a été fournie au moyen du réseau CA*net 3 et de la technologie des satellites. (**www.crc.ca/fr/html/crc/research/network/system_apps/virtualclassroom**)
- Le Ministère a octroyé des licences pour des logiciels d'estimation de la couverture (COV et COV-LAB) à des radiodiffuseurs et à des experts-conseils canadiens pour la conception et la mise en œuvre de systèmes de radiodiffusion numériques.
- Il a octroyé des licences pour un logiciel permettant l'évaluation objective de la qualité sonore (SEAQ) à des radiodiffuseurs et à des fabricants canadiens d'équipement. Le but est de concevoir des codeurs-décodeurs et de favoriser une utilisation optimale de la voie de radiodiffusion numérique. (**www.crc.ca/fr/html/aas/home/products/products**)

Défis à relever

Les entreprises et les consommateurs doutent encore de la sécurité et de la confidentialité des transactions commerciales électroniques.

Réalisations

- Le Ministère a accru la recherche sur la sécurité des réseaux en créant un nouveau projet et le laboratoire connexe, en collaboration avec le ministère de la Défense nationale et le Centre de la sécurité des télécommunications. Les travaux porteront sur la détection et la prévention des attentats contre les infrastructures de réseau.
- Le programme Étudiants bien branchés a assuré des services dans le domaine du commerce électronique, notamment en communiquant des renseignements pratiques détaillés sur la sécurité dans Internet (**www.scp-ebb.com**).

Défis à relever

Il faut continuer de viser l'harmonisation internationale des lois, des politiques et des pratiques qui favorisent la sécurité des transactions et la protection des renseignements personnels.

Réalisations

- Le Ministère a mis en branle le Centre des opérations des télécommunications d'urgence, en étroite collaboration avec l'Association canadienne de la gestion d'urgence en télécommunications, pour faciliter l'échange de renseignements essentiels et l'entraide entre le Canada et les États-Unis. (**spectrum.ic.gc.ca/urgent/pacific/htms/ctepa.ppt**) [en anglais seulement]

Défis à relever

Les entreprises ne sont pas vraiment conscientes des avantages du commerce électronique et les consommateurs tardent à l'adopter pour effectuer leurs transactions.

Réalisations

- Industrie Canada a appuyé les travaux de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes, qui a publié son rapport final, intitulé *Progression rapide 3.0 — Continuer sur notre lancée*, lequel souligne les réalisations dans la promotion des initiatives de commerce électronique et des changements apportés à la politique. (**www.tableronde.ca**)
- Il a offert aux PME une formation sur le commerce électronique, grâce à la gamme de services assurés dans le cadre du volet *Le commerce électronique — Première étape* du programme Étudiants bien branchés. Depuis la planification, l'évaluation et la promotion d'un site Web jusqu'à l'intégration de mécanismes de paiement aux activités en ligne, ces services aident les PME à mieux comprendre les avantages que peut leur apporter le commerce électronique. (**www.scp-ebb.com**)
- Le Ministère a élaboré et publié une série de Vues d'ensemble du commerce électronique, qu'il a distribuées à plus de 50 000 PME canadiennes. La série présente l'utilisation et l'adaptation du commerce électronique en établissant des points de référence. Le Conseil du commerce de détail et les secteurs de l'enseignement privé élaborent des plans d'action et des trousses d'outils s'inspirant de cette série.

Défis à relever

Il y a trop peu de fournisseurs canadiens de solutions, d'applications et de services relatifs au commerce électronique dans Internet pour répondre aux besoins du marché.

Réalisations

- Industrie Canada a étoffé la base de données sur les fournisseurs de solutions pour le commerce électronique et créé la base de données sur les fournisseurs de services de sécurité de la TI, qui offre un guichet unique pour les services informatiques.

PER 3 : Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne

Défis à relever

Il faut accroître la quantité et améliorer la qualité des applications, des collections, de l'information et des services multimédias se rapportant au Canada et aux Canadiens. L'un des principaux défis consiste à offrir davantage de contenu communautaire, de contenu en français et de possibilités d'apprentissage en ligne. Les entreprises de services Internet au pays risquent fort d'accuser un retard par rapport à la concurrence étrangère.

Réalisations

- Dans le cadre des Collectivités ingénieuses, 12 projets témoins sont en cours dans plus de 100 collectivités. Ils regroupent 1,9 million de personnes et font intervenir 246 partenaires. (**collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**)
- Le Programme des didacticiels multimédias et des nouvelles applications d'accès public de Rescol a fourni environ 2,4 millions de dollars sous forme de financement de contrepartie pour la réalisation de 11 projets portant sur des didacticiels. (**www.rescol.ca/fonds**)
- Campus branché canadien a lancé un consortium en ligne, regroupant 75 établissements d'enseignement postsecondaire et plus de 2 000 cours en ligne de niveau universitaire ou collégial (**www.rescol.ca/campus/fr/feature.html**).
- Les 74 projets des Francommunautés virtuelles (1998-2001) ont offert aux communautés francophones du Canada des moyens novateurs de communiquer et de créer des réseaux francophones (**francommunautes.ic.gc.ca**).
- Plus de 50 000 employeurs et 250 000 chercheurs d'emploi se sont inscrits à Compétence.ca. En moyenne, ils sont 10 000 à s'inscrire chaque mois dans les sites de ce réseau (**competence.ca**).
- Le Ministère s'est lancé dans une vaste initiative pour améliorer les Solutions environnementales canadiennes. Cet outil permet de faire connaître les entreprises canadiennes qui offrent des technologies et des services permettant de résoudre les problèmes environnementaux associés au changement climatique. (**prods.businesscanada.ic.gc.ca/Ces_Web/_index_.cfm?target=french**)
- Il a élaboré un module de formation intitulé *Guide canadien de ressources sur les processus de fabrication de haute performance*, qui a permis de sensibiliser les membres des administrations publiques et du secteur privé à la fabrication de haute performance. (**strategis.gc.ca/SSGF/at01177f.html**)
- Le site Web Grappes de compétences canadiennes en biotechnologies présente de l'information à l'intention de ceux qui s'intéressent aux activités de recherche d'avant-garde (y compris le transfert technologique), le profil des entreprises, les mécanismes de soutien ainsi que les possibilités d'investissement dans plusieurs villes à la grandeur du pays. Ce site, auquel ont accès le secteur privé et d'autres ministères, aide à faire valoir auprès des investisseurs étrangers potentiels les produits et services des entreprises locales, provinciales et nationales et de recenser des partenaires canadiens éventuels pour ces investisseurs. (**strategis.gc.ca/SSGF/ck00074f.html**)

Défis à relever

Il y a de nouvelles occasions à saisir pour favoriser davantage le perfectionnement des compétences et la réalisation d'expériences multimédias dans toutes les régions et toutes les collectivités canadiennes.

Réalisations

- Le programme de la Salle de classe virtuelle a facilité l'interaction sur les réseaux à large bande entre les organismes gouvernementaux, comme l'Agence spatiale canadienne, et des élèves des niveaux primaires de toutes les régions du pays, dont des écoles des Premières Nations. Une connexion à large bande a été fournie au moyen du réseau CA*net 3 et de la technologie des satellites. (**www.crc.ca/fr/html/crc/research/network/system_apps/virtualclassroom**)
- Le Ministère a octroyé des licences pour des logiciels d'estimation de la couverture (COV et COV-LAB) à des radiodiffuseurs et à des experts-conseils canadiens pour la conception et la mise en œuvre de systèmes de radiodiffusion numériques.
- Il a octroyé des licences pour un logiciel permettant l'évaluation objective de la qualité sonore (SEAQ) à des radiodiffuseurs et à des fabricants canadiens d'équipement. Le but est de concevoir des codeurs-décodeurs et de favoriser une utilisation optimale de la voie de radiodiffusion numérique. (**www.crc.ca/fr/html/aas/home/products/products**)

PER 4 : Offrir en ligne, de façon intégrée, davantage de services gouvernementaux clés et d'information aux entreprises et aux consommateurs

Défis à relever

Les renseignements et les services clés du gouvernement ne sont pas tous accessibles en ligne.

Réalisations

- SourceCAN a porté à 11 le nombre de services canadiens et internationaux d'appels d'offres. En outre, on a ajouté au Hall d'exposition virtuel de SourceCAN (**www.sourcecan.com/F/sb1410.cfm**) des salons commerciaux en ligne, consacrés à l'éducation et la formation ainsi qu'aux solutions environnementales.
- Le Ministère a lancé une nouvelle initiative en ligne pour permettre aux syndics de faillite de procéder à la cession en ligne pour la plupart des faillites de consommateur.
- Il a recensé 18 services ministériels clés qui seront offerts en ligne d'ici 2003.

Défis à relever

Il faut améliorer l'accessibilité et la convivialité des services et des renseignements actuellement offerts en ligne.

Réalisations

- En évaluant Strategis, le Ministère a constaté que ce site Web continue de recevoir plus de 9 millions de visites par an. Il a également constaté que les consommateurs et les gens d'affaires ont une haute opinion de ce site et le considèrent comme étant une source de renseignements exacts et impartiaux; qu'il propose des renseignements et des services d'une ampleur et d'une portée uniques; et qu'il se traduit par des avantages pour plus de 65 p. 100 des clients (particulièrement en leur permettant de gagner du temps). L'évaluation a par ailleurs mis en évidence des aspects où il y a lieu d'améliorer la navigation dans le site pour le bénéfice des utilisateurs nouveaux ou occasionnels et des moyens ont été explorés pour que Strategis soit centré sur la clientèle. (**strategis.gc.ca**)
- La Direction générale des corporations a mis sur pied un service en ligne de constitution en société et elle en a fait la promotion. Il en est résulté une augmentation du pourcentage de documents présentés par voie électronique en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*, qui est passé de 7 p. 100 en 1999 à plus de 40 p. 100 à la fin de 2001-2002.
- Industrie Canada a mis en œuvre le Concept de licence radio virtuelle en créant une plate-forme totalement virtuelle pour les formalités de demande et de délivrance des licences, ce qui a réduit les coûts de 250 000 $ (**strategis.gc.ca/SSGF/sf05606f.html**).
- La Passerelle de la biotechnologie propose aux utilisateurs un large éventail de produits et services d'information sur tous les aspects de la biotechnologie, grâce à un portail centralisé qui reçoit environ 500 000 visites par an (**strategis.ic.gc.ca/SSGF/bo01376f.html**).
- Le Portail des affaires a harmonisé avec l'ensemble des provinces et territoires du pays le contenu destiné aux entreprises et il propose plusieurs formulaires et services en ligne fournis par différents secteurs de compétence. Pour la première fois, les entreprises ont accès aux programmes et aux services fédéraux au moyen d'outils compatibles avec les logiciels couramment utilisés par les personnes handicapéesx (**www.portaildesaffaires.ca**).

Défis à relever

Il faut mieux coordonner et relier les services et l'information entre les divers paliers de gouvernement (fédéral, provincial, territorial et municipal).

Réalisations

- Le Bureau virtuel de la réglementation de la biotechnologie (BRAVO) a communiqué aux utilisateurs de l'information sur la législation et la réglementation fédérales, provinciales et territoriales régissant les produits issus de la biotechnologie et les applications connexes. Il a cerné les lacunes et les chevauchements et créé des liens donnant accès aux directives d'homologation administrées par ces deux paliers de gouvernement (**bravo.ic.gc.ca**).

MARCHÉ : Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

PER 1 : Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs

Défis à relever

Le droit de la concurrence doit demeurer moderne et progressiste pour lutter efficacement contre l'accroissement de la convergence et des activités anticoncurrentielles internationales.

Réalisations

- En mars 1999, les modifications à la *Loi sur la concurrence* ont été adoptées. La Loi prévoit maintenant des mesures visant à protéger les Canadiens contre le télémarketing frauduleux et à empêcher les sanctions contre les dénonciateurs. Elle offre en outre de nouveaux outils pour permettre l'application de la Loi, notamment en autorisant l'écoute électronique. Le PER 2 cite des exemples de situations où les Canadiens ont bénéficié de ces modifications. Parmi les améliorations les plus importantes, mentionnons la modification des périodes d'attente pour les préavis de fusionnement. Le législateur a également rationalisé et simplifié les exigences en matière d'information pour les préavis de fusionnement, ce qui a réjoui les entreprises et l'Association du Barreau canadien, tout en permettant au Bureau de la concurrence de réduire les délais d'exécution.
- Outre ces modifications, le Bureau de la concurrence examine les commentaires formulés par l'OCDE dans le cadre de son examen de la réforme réglementaire, au cours duquel elle s'est penchée sur les pratiques exemplaires, et a souligné la nécessité d'accroître les ressources affectées au Bureau de la concurrence. D'autres recommandations préconisaient notamment un examen de l'ampleur de l'autonomie décisionnelle du commissaire, ainsi qu'une amélioration de la procédure d'ordonnance par consentement, des processus du Tribunal de la concurrence et des dispositions de l'article 45 de la Loi, qui portent sur le complot.

Défis à relever

Il faut accroître l'infrastructure canadienne de télécommunications et élaborer en matière de télécommunications des politiques et des mécanismes d'avant-garde, qui stimuleront et permettront la concurrence et l'innovation dans la nouvelle économie réseautée.

Réalisations

- Le Ministère a élaboré et renforcé les cadres de la politique canadienne en matière de télécommunications, en travaillant de façon soutenue à l'élaboration du cadre de la politique en matière d'accès légitime, à la protection de l'infrastructure essentielle, aux lignes directrices de l'OCDE sur la sécurité de la TI, au plan de travail de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) sur le respect de la vie privée, à la Conférence sur la cybercriminalité organisée par le G8 et aux règlements issus de l'Arrangement de Wassenaar, qui régit les mécanismes nationaux de contrôle des exportations de produits cryptographiques.
- Il a révisé la politique du spectre pour tenir compte des produits de consommation tels que les téléphones sans fil numériques et l'accès sans fil haute vitesse, les réseaux locaux sans fil ainsi que le spectre pour les communications militaires air-sol pour les services de sécurité et d'application de la loi.
- Il a pris un décret d'exemption (Défense nationale et sécurité) pour permettre au Centre de la sécurité des télécommunications de décoder en toute légalité les signaux d'abonnement codés ou une alimentation réseau que n'offre aucun distributeur canadien légitime.

Défis à relever

Il faut adapter rapidement le cadre législatif, afin de tenir compte des nouvelles technologies et de l'évolution des pratiques commerciales en matière de mesures et d'aider les Canadiens à soutenir la concurrence sur la scène internationale.

Réalisations

- En 2001-2002, le Canada a continué d'harmoniser ses règles et ses exigences avec celles du milieu international de la métrologie. Il a amorcé des travaux en vue de remplacer les exigences en vigueur uniquement au Canada régissant les systèmes de mesure des liquides par les spécifications techniques R117 de l'Organisation internationale de métrologie légale. Dans le but de mener des consultations, il a par ailleurs publié pour les dynamomètres piézoélectriques et les étalons de masse des spécifications techniques s'inspirant des normes internationales. Grâce à l'adoption de normes reconnues à l'échelle internationale, s'il y a lieu, et à l'établissement d'exigences reflétant la nouvelle technologie et l'évolution de la dynamique du marché, les industries canadiennes seront plus aptes à soutenir la concurrence sur les marchés étrangers. Au pays, cette approche améliorera l'accès des entreprises et des consommateurs aux technologies et aux services de mesure novateurs.

PER 4 : Offrir en ligne, de façon intégrée, davantage de services gouvernementaux clés et d'information aux entreprises et aux consommateurs

Défis à relever

Les renseignements et les services clés du gouvernement ne sont pas tous accessibles en ligne.

Réalisations

- SourceCAN a porté à 11 le nombre de services canadiens et internationaux d'appels d'offres. En outre, on a ajouté au Hall d'exposition virtuel de SourceCAN (**www.sourcecan.com/F/sb1410.cfm**) des salons commerciaux en ligne, consacrés à l'éducation et la formation ainsi qu'aux solutions environnementales.
- Le Ministère a lancé une nouvelle initiative en ligne pour permettre aux syndics de faillite de procéder à la cession en ligne pour la plupart des faillites de consommateur.
- Il a recensé 18 services ministériels clés qui seront offerts en ligne d'ici 2003.

Défis à relever

Il faut améliorer l'accessibilité et la convivialité des services et des renseignements actuellement offerts en ligne.

Réalisations

- En évaluant Strategis, le Ministère a constaté que ce site Web continue de recevoir plus de 9 millions de visites par an. Il a également constaté que les consommateurs et les gens d'affaires ont une haute opinion de ce site et le considèrent comme étant une source de renseignements exacts et impartiaux; qu'il propose des renseignements et des services d'une ampleur et d'une portée uniques; et qu'il se traduit par des avantages pour plus de 65 p. 100 des clients (particulièrement en leur permettant de gagner du temps). L'évaluation a par ailleurs mis en évidence des aspects où il y a lieu d'améliorer la navigation dans le site pour le bénéfice des utilisateurs nouveaux ou occasionnels et des moyens ont été explorés pour que Strategis soit centré sur la clientèle. (**strategis.gc.ca**)
- La Direction générale des corporations a mis sur pied un service en ligne de constitution en société et elle en a fait la promotion. Il en est résulté une augmentation du pourcentage de documents présentés par voie électronique en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*, qui est passé de 7 p. 100 en 1999 à plus de 40 p. 100 à la fin de 2001-2002.
- Industrie Canada a mis en œuvre le Concept de licence radio virtuelle en créant une plate-forme totalement virtuelle pour les formalités de demande et de délivrance des licences, ce qui a réduit les coûts de 250 000 $ (**strategis.gc.ca/SSGF/sf05606f.html**).
- La Passerelle de la biotechnologie propose aux utilisateurs un large éventail de produits et services d'information sur tous les aspects de la biotechnologie, grâce à un portail centralisé qui reçoit environ 500 000 visites par an (**strategis.ic.gc.ca/SSGF/bo01376f.html**).
- Le Portail des affaires a harmonisé avec l'ensemble des provinces et territoires du pays le contenu destiné aux entreprises et il propose plusieurs formulaires et services en ligne fournis par différents secteurs de compétence. Pour la première fois, les entreprises ont accès aux programmes et aux services fédéraux au moyen d'outils compatibles avec les logiciels couramment utilisés par les personnes handicapéesx (**www.portaildesaffaires.ca**).

Défis à relever

Il faut mieux coordonner et relier les services et l'information entre les divers paliers de gouvernement (fédéral, provincial, territorial et municipal).

Réalisations

- Le Bureau virtuel de la réglementation de la biotechnologie (BRAVO) a communiqué aux utilisateurs de l'information sur la législation et la réglementation fédérales, provinciales et territoriales régissant les produits issus de la biotechnologie et les applications connexes. Il a cerné les lacunes et les chevauchements et créé des liens donnant accès aux directives d'homologation administrées par ces deux paliers de gouvernement (**bravo.ic.gc.ca**).

MARCHÉ : Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

PER 1 : Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs

Défis à relever

Le droit de la concurrence doit demeurer moderne et progressiste pour lutter efficacement contre l'accroissement de la convergence et des activités anticoncurrentielles internationales.

Réalisations

- En mars 1999, les modifications à la *Loi sur la concurrence* ont été adoptées. La Loi prévoit maintenant des mesures visant à protéger les Canadiens contre le télémarketing frauduleux et à empêcher les sanctions contre les dénonciateurs. Elle offre en outre de nouveaux outils pour permettre l'application de la Loi, notamment en autorisant l'écoute électronique. Le PER 2 cite des exemples de situations où les Canadiens ont bénéficié de ces modifications. Parmi les améliorations les plus importantes, mentionnons la modification des périodes d'attente pour les préavis de fusionnement. Le législateur a également rationalisé et simplifié les exigences en matière d'information pour les préavis de fusionnement, ce qui a réjoui les entreprises et l'Association du Barreau canadien, tout en permettant au Bureau de la concurrence de réduire les délais d'exécution.
- Outre ces modifications, le Bureau de la concurrence examine les commentaires formulés par l'OCDE dans le cadre de son examen de la réforme réglementaire, au cours duquel elle s'est penchée sur les pratiques exemplaires, et a souligné la nécessité d'accroître les ressources affectées au Bureau de la concurrence. D'autres recommandations préconisaient notamment un examen de l'ampleur de l'autonomie décisionnelle du commissaire, ainsi qu'une amélioration de la procédure d'ordonnance par consentement, des processus du Tribunal de la concurrence et des dispositions de l'article 45 de la Loi, qui portent sur le complot.

Défis à relever

Il faut accroître l'infrastructure canadienne de télécommunications et élaborer en matière de télécommunications des politiques et des mécanismes d'avant-garde, qui stimuleront et permettront la concurrence et l'innovation dans la nouvelle économie réseautée.

Réalisations

- Le Ministère a élaboré et renforcé les cadres de la politique canadienne en matière de télécommunications, en travaillant de façon soutenue à l'élaboration du cadre de la politique en matière d'accès légitime, à la protection de l'infrastructure essentielle, aux lignes directrices de l'OCDE sur la sécurité de la TI, au plan de travail de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) sur le respect de la vie privée, à la Conférence sur la cybercriminalité organisée par le G8 et aux règlements issus de l'Arrangement de Wassenaar, qui régit les mécanismes nationaux de contrôle des exportations de produits cryptographiques.
- Il a révisé la politique du spectre pour tenir compte des produits de consommation tels que les téléphones sans fil numériques et l'accès sans fil haute vitesse, les réseaux locaux sans fil ainsi que le spectre pour les communications militaires air-sol pour les services de sécurité et d'application de la loi.
- Il a pris un décret d'exemption (Défense nationale et sécurité) pour permettre au Centre de la sécurité des télécommunications de décoder en toute légalité les signaux d'abonnement codés ou une alimentation réseau que n'offre aucun distributeur canadien légitime.

Défis à relever

Il faut adapter rapidement le cadre législatif, afin de tenir compte des nouvelles technologies et de l'évolution des pratiques commerciales en matière de mesures et d'aider les Canadiens à soutenir la concurrence sur la scène internationale.

Réalisations

- En 2001-2002, le Canada a continué d'harmoniser ses règles et ses exigences avec celles du milieu international de la métrologie. Il a amorcé des travaux en vue de remplacer les exigences en vigueur uniquement au Canada régissant les systèmes de mesure des liquides par les spécifications techniques R117 de l'Organisation internationale de métrologie légale. Dans le but de mener des consultations, il a par ailleurs publié pour les dynamomètres piézoélectriques et les étalons de masse des spécifications techniques s'inspirant des normes internationales. Grâce à l'adoption de normes reconnues à l'échelle internationale, s'il y a lieu, et à l'établissement d'exigences reflétant la nouvelle technologie et l'évolution de la dynamique du marché, les industries canadiennes seront plus aptes à soutenir la concurrence sur les marchés étrangers. Au pays, cette approche améliorera l'accès des entreprises et des consommateurs aux technologies et aux services de mesure novateurs.

Défis à relever

La durée des brevets au Canada (pour certains brevets datant d'avant 1989) est incompatible avec les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce.

Réalisations

- Le projet de loi S-17, *Loi modifiant la Loi sur les brevets*, a reçu la sanction royale le 14 juin 2001. Il modifie *La loi sur les brevets* dans le but d'appliquer la décision récemment rendue par l'OMC concernant la durée des brevets déposés avant le 1er octobre 1989. En respectant les obligations internationales, le Canada fait en sorte que son régime de brevets demeure moderne et favorise une économie novatrice.

Défis à relever

Il faut réviser la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité* de même que la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* pour s'assurer qu'en cas d'insolvabilité des entreprises ou des consommateurs, les ressources continuent d'être redistribuées de manière efficace et équitable.

Réalisations

- Les modifications à la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité*, qui sont entrées en vigueur en 1998, ont entraîné une augmentation soutenue du nombre d'entreprises et de consommateurs qui choisissent de déposer une proposition au lieu de déclarer faillite. En 2001, le nombre de propositions commerciales et de propositions de consommateur a grimpé respectivement de 18 et de 8 p. 100 par rapport à l'année précédente.
- Le Ministère a recensé les grandes questions stratégiques qui serviront de base à l'examen de la Loi par le Parlement en 2002-2003. Mentionnons notamment l'équilibre entre le droit d'un débiteur de recommencer à zéro et le droit des créanciers d'obtenir un rendement équitable dans la mesure du possible, les problèmes administratifs liés au nombre croissant de faillites de consommateurs ainsi que les questions touchant l'insolvabilité internationale.

Défis à relever

Des codes volontaires s'imposent pour protéger et promouvoir l'intérêt des consommateurs et compléter le cadre législatif.

Réalisations

- Industrie Canada a participé à l'élaboration d'un projet de norme de l'ISO sur le traitement des plaintes. Si les entreprises la respectent, cette norme devrait accroître la satisfaction des consommateurs et leur confiance envers ces entreprises, améliorer la rétroaction donnée aux entreprises concernant leurs produits et services et rendre moins nécessaire une intervention par voie de réglementation.

Défis à relever

Il faut des bandes de fréquences supplémentaires pour favoriser la croissance des services mobiles sans fil, faciliter la mise en œuvre de nouveaux services et offrir des services de télécommunications locaux fixes.

Réalisations

- Industrie Canada a délivré 52 licences par mise aux enchères, soit des recettes totales de 1,48 milliard de dollars. La vente aux enchères s'est faite par Internet et les bandes de fréquences attribuées serviront à améliorer l'accès de tous les Canadiens à Internet et aux autres services de communication, comme le courriel et le commerce électronique par téléphone mobile.
- Le Ministère a contribué au vif succès du congrès Perspectives sans fil (Marconi), qui a eu lieu à St. John's en septembre 2001, en assurant la participation d'orateurs reconnus à l'échelle internationale et en prenant part à l'élaboration du programme de conférences.
- Il a dirigé les préparatifs du Canada en vue de la Conférence mondiale des radiocommunications de 2003 (WRC2003). Parmi les résultats obtenus, mentionnons l'acceptation des propositions canadiennes dans toutes les tribunes au pays. En outre, le Canada a produit la première version d'une proposition commune de la Commission interaméricaine des télécommunications (CITEL), qui reflète les intérêts de la majorité des pays des Amériques.

PER 2 : S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres

Défis à relever

Il faut faire face à l'accroissement de la demande de services relatifs à la propriété intellectuelle, aux problèmes d'harmonisation et à la rapidité des changements technologiques.

Réalisations

- L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) a enrichi sa gamme de produits et services électroniques en introduisant le dépôt électronique des demandes pour les droits d'auteur et les dessins industriels. L'OPIC travaille à l'heure actuelle à mettre en œuvre l'accès au TriNet, réseau de collaboration élaboré par le Japon, l'Europe et les États-Unis pour partager l'information et les services relatifs à la propriété intellectuelle. L'accès à ce réseau améliorera les examens ainsi que l'offre et l'efficacité des produits et services de l'OPIC.
- L'OPIC a entrepris les travaux préparatoires à la ratification du Traité sur le droit des brevets (TDB) et à la participation à la réforme du Traité de coopération en matière de brevets (TCB), en particulier une analyse des répercussions des décisions prises en vertu du TCB sur la législation canadienne. Ces travaux conduiront à la simplification et à l'harmonisation des méthodes administratives des différents organismes responsables de la propriété intellectuelle, ce qui encouragera le recours aux systèmes de propriété intellectuelle, stimulera l'innovation et facilitera l'accès des Canadiens aux organismes étrangers responsables de la propriété intellectuelle. On s'attend à ce que le TDB clarifie une série de règles et présente des avantages concrets pour les demandeurs et les titulaires de droits de propriété intellectuelle, de même que pour leurs agents.

Défis à relever

Il faut faire échec aux comportements anticoncurrentiels dans les nouvelles industries et les nouvelles tribunes (par exemple, le marché électronique) et il faut trouver des réponses satisfaisantes et en temps opportun aux fusions transnationales.

Réalisations

- À la suite d'écoutes électroniques fructueuses, le Bureau de la concurrence a porté des accusations contre les dirigeants, deux administrateurs et sept agents de télémarketing de deux entreprises montréalaises. Une de ces entreprises a cessé ses activités après la fouille de ses locaux par le Bureau de la concurrence en vue de recueillir des preuves. La Police provinciale de l'Ontario, Phonebusters et la GRC ont offert une aide fort précieuse. Les économies pour les consommateurs sont de l'ordre de 1,6 million de dollars.
- Le Bureau de la concurrence a reçu plus de 4 000 plaintes concernant du courrier non sollicité se présentant sous la forme de factures d'un fournisseur de services (comme Bell Canada ou les Pages Jaunes). Le Bureau a émis deux avertissements publics et a obtenu la coopération de Postes Canada pour mettre un terme à la livraison du courrier à destination et en provenance des entreprises et des particuliers concernés. Nombre d'accusations ont été déposées et une personne a plaidé coupable. Elle a été condamnée à une amende de 30 000 $ et a dû procéder à la dissolution de son entreprise. Les économies réalisées par les consommateurs par suite de l'intervention du Bureau sont de l'ordre de 1,3 million de dollars.

Défis à relever

En raison de la croissance de la demande de services et d'une expansion des secteurs reposant sur des unités de mesure, les consommateurs ne jouissent pas d'une protection optimale contre la perte financière attribuable à l'inexactitude des mesures.

Réalisations

- Au cours des 18 derniers mois, Mesures Canada a mené des consultations approfondies auprès des intervenants des secteurs commerciaux en aval du pétrole et de l'électricité. L'organisme voulait obtenir leur point de vue sur le rôle de l'État, des fournisseurs de services, des entreprises et des consommateurs de même que sur le degré d'exactitude que l'on peut atteindre de façon équitable et à un coût raisonnable, sans porter atteinte à la protection des consommateurs et à d'autres parties vulnérables. La mise en œuvre des recommandations formulées donnera une idée des méthodes permettant d'obtenir et de contrôler l'exactitude de la mesure dans ces deux secteurs. On peut trouver les résultats des examens sectoriels dans le site de Mesures Canada (**www.mc.ic.gc.ca**).

Défis à relever

La durée des brevets au Canada (pour certains brevets datant d'avant 1989) est incompatible avec les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce.

Réalisations

- Le projet de loi S-17, *Loi modifiant la Loi sur les brevets*, a reçu la sanction royale le 14 juin 2001. Il modifie *La loi sur les brevets* dans le but d'appliquer la décision récemment rendue par l'OMC concernant la durée des brevets déposés avant le 1er octobre 1989. En respectant les obligations internationales, le Canada fait en sorte que son régime de brevets demeure moderne et favorise une économie novatrice.

Défis à relever

Il faut réviser la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité* de même que la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* pour s'assurer qu'en cas d'insolvabilité des entreprises ou des consommateurs, les ressources continuent d'être redistribuées de manière efficace et équitable.

Réalisations

- Les modifications à la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité*, qui sont entrées en vigueur en 1998, ont entraîné une augmentation soutenue du nombre d'entreprises et de consommateurs qui choisissent de déposer une proposition au lieu de déclarer faillite. En 2001, le nombre de propositions commerciales et de propositions de consommateur a grimpé respectivement de 18 et de 8 p. 100 par rapport à l'année précédente.
- Le Ministère a recensé les grandes questions stratégiques qui serviront de base à l'examen de la Loi par le Parlement en 2002-2003. Mentionnons notamment l'équilibre entre le droit d'un débiteur de recommencer à zéro et le droit des créanciers d'obtenir un rendement équitable dans la mesure du possible, les problèmes administratifs liés au nombre croissant de faillites de consommateurs ainsi que les questions touchant l'insolvabilité internationale.

Défis à relever

Des codes volontaires s'imposent pour protéger et promouvoir l'intérêt des consommateurs et compléter le cadre législatif.

Réalisations

- Industrie Canada a participé à l'élaboration d'un projet de norme de l'ISO sur le traitement des plaintes. Si les entreprises la respectent, cette norme devrait accroître la satisfaction des consommateurs et leur confiance envers ces entreprises, améliorer la rétroaction donnée aux entreprises concernant leurs produits et services et rendre moins nécessaire une intervention par voie de réglementation.

Défis à relever

Il faut des bandes de fréquences supplémentaires pour favoriser la croissance des services mobiles sans fil, faciliter la mise en œuvre de nouveaux services et offrir des services de télécommunications locaux fixes.

Réalisations

- Industrie Canada a délivré 52 licences par mise aux enchères, soit des recettes totales de 1,48 milliard de dollars. La vente aux enchères s'est faite par Internet et les bandes de fréquences attribuées serviront à améliorer l'accès de tous les Canadiens à Internet et aux autres services de communication, comme le courriel et le commerce électronique par téléphone mobile.
- Le Ministère a contribué au vif succès du congrès Perspectives sans fil (Marconi), qui a eu lieu à St. John's en septembre 2001, en assurant la participation d'orateurs reconnus à l'échelle internationale et en prenant part à l'élaboration du programme de conférences.
- Il a dirigé les préparatifs du Canada en vue de la Conférence mondiale des radiocommunications de 2003 (WRC2003). Parmi les résultats obtenus, mentionnons l'acceptation des propositions canadiennes dans toutes les tribunes au pays. En outre, le Canada a produit la première version d'une proposition commune de la Commission interaméricaine des télécommunications (CITEL), qui reflète les intérêts de la majorité des pays des Amériques.

PER 2 : S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres

Défis à relever

Il faut faire face à l'accroissement de la demande de services relatifs à la propriété intellectuelle, aux problèmes d'harmonisation et à la rapidité des changements technologiques.

Réalisations

- L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) a enrichi sa gamme de produits et services électroniques en introduisant le dépôt électronique des demandes pour les droits d'auteur et les dessins industriels. L'OPIC travaille à l'heure actuelle à mettre en œuvre l'accès au TriNet, réseau de collaboration élaboré par le Japon, l'Europe et les États-Unis pour partager l'information et les services relatifs à la propriété intellectuelle. L'accès à ce réseau améliorera les examens ainsi que l'offre et l'efficacité des produits et services de l'OPIC.
- L'OPIC a entrepris les travaux préparatoires à la ratification du Traité sur le droit des brevets (TDB) et à la participation à la réforme du Traité de coopération en matière de brevets (TCB), en particulier une analyse des répercussions des décisions prises en vertu du TCB sur la législation canadienne. Ces travaux conduiront à la simplification et à l'harmonisation des méthodes administratives des différents organismes responsables de la propriété intellectuelle, ce qui encouragera le recours aux systèmes de propriété intellectuelle, stimulera l'innovation et facilitera l'accès des Canadiens aux organismes étrangers responsables de la propriété intellectuelle. On s'attend à ce que le TDB clarifie une série de règles et présente des avantages concrets pour les demandeurs et les titulaires de droits de propriété intellectuelle, de même que pour leurs agents.

Défis à relever

Il faut faire échec aux comportements anticoncurrentiels dans les nouvelles industries et les nouvelles tribunes (par exemple, le marché électronique) et il faut trouver des réponses satisfaisantes et en temps opportun aux fusions transnationales.

Réalisations

- À la suite d'écoutes électroniques fructueuses, le Bureau de la concurrence a porté des accusations contre les dirigeants, deux administrateurs et sept agents de télémarketing de deux entreprises montréalaises. Une de ces entreprises a cessé ses activités après la fouille de ses locaux par le Bureau de la concurrence en vue de recueillir des preuves. La Police provinciale de l'Ontario, Phonebusters et la GRC ont offert une aide fort précieuse. Les économies pour les consommateurs sont de l'ordre de 1,6 million de dollars.
- Le Bureau de la concurrence a reçu plus de 4 000 plaintes concernant du courrier non sollicité se présentant sous la forme de factures d'un fournisseur de services (comme Bell Canada ou les Pages Jaunes). Le Bureau a émis deux avertissements publics et a obtenu la coopération de Postes Canada pour mettre un terme à la livraison du courrier à destination et en provenance des entreprises et des particuliers concernés. Nombre d'accusations ont été déposées et une personne a plaidé coupable. Elle a été condamnée à une amende de 30 000 $ et a dû procéder à la dissolution de son entreprise. Les économies réalisées par les consommateurs par suite de l'intervention du Bureau sont de l'ordre de 1,3 million de dollars.

Défis à relever

En raison de la croissance de la demande de services et d'une expansion des secteurs reposant sur des unités de mesure, les consommateurs ne jouissent pas d'une protection optimale contre la perte financière attribuable à l'inexactitude des mesures.

Réalisations

- Au cours des 18 derniers mois, Mesures Canada a mené des consultations approfondies auprès des intervenants des secteurs commerciaux en aval du pétrole et de l'électricité. L'organisme voulait obtenir leur point de vue sur le rôle de l'État, des fournisseurs de services, des entreprises et des consommateurs de même que sur le degré d'exactitude que l'on peut atteindre de façon équitable et à un coût raisonnable, sans porter atteinte à la protection des consommateurs et à d'autres parties vulnérables. La mise en œuvre des recommandations formulées donnera une idée des méthodes permettant d'obtenir et de contrôler l'exactitude de la mesure dans ces deux secteurs. On peut trouver les résultats des examens sectoriels dans le site de Mesures Canada (**www.mc.ic.gc.ca**).

Défis à relever

Il faut mettre en place des services plus efficients de constitution en personne morale de façon à suivre le rythme d'un marché de plus en plus mondialisé, mobile et lié à Internet.

Réalisations

- La Direction générale des corporations a accru l'efficacité de ses services en menant à bien une réforme réglementaire, en créant un environnement primé pour le cybercommerce et en améliorant les communications. Les normes de service à la clientèle ont été respectées, dans plus de 90 p. 100 des cas, en moyenne.
- En juin 2001, elle a amorcé un projet de modernisation visant la mise au point du Système informatisé pour la recherche de dénominations sociales et de marques de commerce (NUANS), permettant de vérifier si un nom est déjà utilisé. Depuis le 1er août 2002, NUANS est directement accessible aux Canadiens qui peuvent effectuer leur recherche en temps réel dans Internet. Entre autres avantages, mentionnons une réduction des coûts de la recherche de noms.

Défis à relever

Il y a lieu d'examiner les instruments axés sur le marché propres à encourager une participation dynamique du secteur privé au volet offre et demande des instruments environnementaux.

Réalisations

- Industrie Canada a participé aux travaux du Groupe d'analyse et de modélisation du Comité national de coordination des questions atmosphériques par la préparation d'une étude sur les possibilités de croissance découlant de la ratification de l'Accord de Kyoto.
- Le Ministère a analysé diverses stratégies pour réduire les émissions de gaz à effet de serre dans l'industrie canadienne, y compris les coûts et les avantages, pour les régions et les secteurs, de différents scénarios stratégiques. Cette analyse a permis l'élaboration d'un outil de base pour les analystes ministériels chargés des questions environnementales.
- Il s'est penché sur le coût de la réduction des émissions globales de certaines industries. L'étude a aidé les analystes ministériels chargés des questions environnementales.

Défis à relever

Lorsque le marché connaît des changements rapides en ce qui a trait aux acteurs, aux modes de fonctionnement et à la réglementation, il est difficile pour les consommateurs de savoir comment et à qui s'adresser pour obtenir réparation lorsqu'ils s'estiment lésés par un commerçant et vers qui se tourner pour obtenir de l'information concernant les programmes et les services du gouvernement.

Réalisations

- Le Ministère a élargi la *Passerelle d'information pour le consommateur canadien* — portail novateur rattaché à l'initiative GED, offrant aux consommateurs canadiens un guichet unique pour obtenir de l'information — afin d'intégrer les renseignements de 40 ministères et organismes fédéraux à ceux de 250 partenaires des administrations provinciales et territoriales et de plus d'une centaine de partenaires du secteur privé (**infoconsommation.ca**).

PER 3 : Renforcer la confiance dans le marché

Défis à relever

Il faut encourager l'invention, l'innovation et la créativité au Canada en faisant connaître les produits d'information et les services en matière de propriété intellectuelle, en les rendant plus accessibles et en facilitant leur exploitation.

Réalisations

- L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) a terminé la première étape d'un projet de gestion des relations avec la clientèle pour évaluer, d'une part, les produits et services en place appréciés par les clients et, d'autre part, l'étendue des améliorations à y apporter par la suite. Le projet aide l'OPIC à élaborer de nouvelles mesures du rendement et à améliorer ses services.
- L'OPIC a réorienté ses services régionaux, en collaboration avec les principaux intervenants, dans le but de mettre l'accent sur la sensibilisation et la formation de nouveaux groupes partenaires, de façon à ce qu'ils puissent mieux conseiller leurs clients sur l'utilisation appropriée de la propriété intellectuelle.
- L'OPIC a élaboré un cadre d'information sur la propriété intellectuelle et un plan d'action stratégique, fondés sur des pratiques exemplaires, afin d'assurer une vision et une orientation stratégiques à l'élaboration d'un programme d'information viable visant à mieux sensibiliser et renseigner les Canadiens au sujet de la propriété intellectuelle et à les inciter à en tirer le meilleur parti.

Défis à relever

Il faut mieux faire comprendre la politique concernant l'application des dispositions sur l'abus de position dominante (article 79) de la *Loi sur la concurrence*.

Réalisations

- Pour donner suite aux préoccupations exprimées par les milieux d'affaires et juridiques, le Bureau de la concurrence a publié de nouvelles lignes directrices régissant l'application des dispositions concernant l'abus de position dominante, en vertu de l'article 79 de la *Loi sur la concurrence*. Ces lignes directrices ajoutent à la transparence et permettent aux entreprises et aux particuliers de mieux comprendre et prévoir la politique d'application de la loi du Bureau, et ce dans l'intérêt des plaignants qui exercent leurs activités sur un marché de plus en plus intégré et complexe. Désormais, les plaintes seront mieux formulées et plus élaborées, ce qui mettra le Bureau en meilleure position pour déterminer à un stade précoce s'il y a lieu de prendre des mesures d'exécution. On s'attend à ce que cette initiative réduise le nombre de plaintes non fondées ou frivoles et sensibilise davantage les entreprises et les consommateurs.

Défis à relever

Avec l'émergence du marché électronique, les clients exigent des services en ligne plus rapides en ce qui a trait à la constitution en personne morale.

Réalisations

- Le Ministère a offert des services en ligne par l'entremise de l'environnement des affaires électroniques, service primé de la Direction générale des corporations, qui obtient un taux de satisfaction de 80 p. 100, soit le meilleur taux obtenu pour des services en ligne. Offerts en tout temps, les services incluent l'accès à des formulaires en ligne, la constitution en personne morale le jour même et le paiement électronique sécurisé.

Défis à relever

Les consommateurs sont réticents à effectuer des achats en ligne (commerce électronique), car ils sont préoccupés par la fiabilité et l'intégrité des commerçants, le caractère adéquat de la protection des renseignements personnels, la sécurité, la livraison et les recours.

Réalisations

- Le Ministère a mis au point une Aide au magasinage en ligne, outil Internet interactif visant à aider les consommateurs à faire des achats en ligne en toute sécurité. Les consommateurs qui y feront appel seront plus susceptibles d'avoir confiance en la fiabilité de certains cybercommerçants et en leur capacité d'assurer la protection de leurs renseignements personnels et la sécurité de leurs transactions. Ils seront par conséquent plus enclins à effectuer des achats auprès de ces marchands.
  (strategis.gc.ca/sc_consu/consaffairs/frndoc/i_main_fr.html)
- Le Ministère a élaboré et distribué un guide du magasinage en ligne, en collaboration avec le Comité sur les mesures de consommation, une initiative fédérale-provinciale-territoriale, et l'Association canadienne des fournisseurs Internet. L'utilisation du guide aidera vraisemblablement les consommateurs à faire confiance à certains commerçants qui vendent en ligne et accroîtra les probabilités d'achats auprès de ces marchands. Ils seront plus enclins à faire confiance à leur fiabilité et à la sécurité de leurs renseignements personnels.

Défis à relever

Il faut aider les utilisateurs à mieux contrôler leur environnement Internet par rapport au contenu illégal pouvant se révéler offensant et les sensibiliser aux initiatives en cours.

Réalisations

- Le Ministère a publié les conclusions du projet de recherche intitulé les *Jeunes Canadiens dans un monde branché*. L'enquête visait à déterminer dans quelle mesure les jeunes Canadiens adoptent des comportements dangereux dans Internet et l'effet que peuvent avoir la participation et les conseils des parents.
  (strategis.gc.ca/SSGF/sf05382f.html)
- Le Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications a également collaboré avec Scouts Canada, la GRC et d'autres ministères au financement d'un programme interactif de sécurité, comprenant un module de formation, une courte vidéo, un site Web interactif et une trousse intitulée « Sois prudent, c'est gagnant ». Le projet, qui s'adresse aux enfants âgés de 5 à 11 ans, fait la promotion d'une saine utilisation d'Internet, grâce à un questionnaire interactif et à des scénarios que peuvent rencontrer les enfants lorsqu'ils naviguent dans Internet.

Défis à relever

Il faut mettre en place des services plus efficients de constitution en personne morale de façon à suivre le rythme d'un marché de plus en plus mondialisé, mobile et lié à Internet.

Réalisations

- La Direction générale des corporations a accru l'efficacité de ses services en menant à bien une réforme réglementaire, en créant un environnement primé pour le cybercommerce et en améliorant les communications. Les normes de service à la clientèle ont été respectées, dans plus de 90 p. 100 des cas, en moyenne.
- En juin 2001, elle a amorcé un projet de modernisation visant la mise au point du Système informatisé pour la recherche de dénominations sociales et de marques de commerce (NUANS), permettant de vérifier si un nom est déjà utilisé. Depuis le 1er août 2002, NUANS est directement accessible aux Canadiens qui peuvent effectuer leur recherche en temps réel dans Internet. Entre autres avantages, mentionnons une réduction des coûts de la recherche de noms.

Défis à relever

Il y a lieu d'examiner les instruments axés sur le marché propres à encourager une participation dynamique du secteur privé au volet offre et demande des instruments environnementaux.

Réalisations

- Industrie Canada a participé aux travaux du Groupe d'analyse et de modélisation du Comité national de coordination des questions atmosphériques par la préparation d'une étude sur les possibilités de croissance découlant de la ratification de l'Accord de Kyoto.
- Le Ministère a analysé diverses stratégies pour réduire les émissions de gaz à effet de serre dans l'industrie canadienne, y compris les coûts et les avantages, pour les régions et les secteurs, de différents scénarios stratégiques. Cette analyse a permis l'élaboration d'un outil de base pour les analystes ministériels chargés des questions environnementales.
- Il s'est penché sur le coût de la réduction des émissions globales de certaines industries. L'étude a aidé les analystes ministériels chargés des questions environnementales.

Défis à relever

Lorsque le marché connaît des changements rapides en ce qui a trait aux acteurs, aux modes de fonctionnement et à la réglementation, il est difficile pour les consommateurs de savoir comment et à qui s'adresser pour obtenir réparation lorsqu'ils s'estiment lésés par un commerçant et vers qui se tourner pour obtenir de l'information concernant les programmes et les services du gouvernement.

Réalisations

- Le Ministère a élargi la *Passerelle d'information pour le consommateur canadien* — portail novateur rattaché à l'initiative GED, offrant aux consommateurs canadiens un guichet unique pour obtenir de l'information — afin d'intégrer les renseignements de 40 ministères et organismes fédéraux à ceux de 250 partenaires des administrations provinciales et territoriales et de plus d'une centaine de partenaires du secteur privé (**infoconsommation.ca**).

PER 3 : Renforcer la confiance dans le marché

Défis à relever

Il faut encourager l'invention, l'innovation et la créativité au Canada en faisant connaître les produits d'information et les services en matière de propriété intellectuelle, en les rendant plus accessibles et en facilitant leur exploitation.

Réalisations

- L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) a terminé la première étape d'un projet de gestion des relations avec la clientèle pour évaluer, d'une part, les produits et services en place appréciés par les clients et, d'autre part, l'étendue des améliorations à y apporter par la suite. Le projet aide l'OPIC à élaborer de nouvelles mesures du rendement et à améliorer ses services.
- L'OPIC a réorienté ses services régionaux, en collaboration avec les principaux intervenants, dans le but de mettre l'accent sur la sensibilisation et la formation de nouveaux groupes partenaires, de façon à ce qu'ils puissent mieux conseiller leurs clients sur l'utilisation appropriée de la propriété intellectuelle.
- L'OPIC a élaboré un cadre d'information sur la propriété intellectuelle et un plan d'action stratégique, fondés sur des pratiques exemplaires, afin d'assurer une vision et une orientation stratégiques à l'élaboration d'un programme d'information viable visant à mieux sensibiliser et renseigner les Canadiens au sujet de la propriété intellectuelle et à les inciter à en tirer le meilleur parti.

Défis à relever

Il faut mieux faire comprendre la politique concernant l'application des dispositions sur l'abus de position dominante (article 79) de la *Loi sur la concurrence*.

Réalisations

- Pour donner suite aux préoccupations exprimées par les milieux d'affaires et juridiques, le Bureau de la concurrence a publié de nouvelles lignes directrices régissant l'application des dispositions concernant l'abus de position dominante, en vertu de l'article 79 de la *Loi sur la concurrence*. Ces lignes directrices ajoutent à la transparence et permettent aux entreprises et aux particuliers de mieux comprendre et prévoir la politique d'application de la loi du Bureau, et ce dans l'intérêt des plaignants qui exercent leurs activités sur un marché de plus en plus intégré et complexe. Désormais, les plaintes seront mieux formulées et plus élaborées, ce qui mettra le Bureau en meilleure position pour déterminer à un stade précoce s'il y a lieu de prendre des mesures d'exécution. On s'attend à ce que cette initiative réduise le nombre de plaintes non fondées ou frivoles et sensibilise davantage les entreprises et les consommateurs.

Défis à relever

Avec l'émergence du marché électronique, les clients exigent des services en ligne plus rapides en ce qui a trait à la constitution en personne morale.

Réalisations

- Le Ministère a offert des services en ligne par l'entremise de l'environnement des affaires électroniques, service primé de la Direction générale des corporations, qui obtient un taux de satisfaction de 80 p. 100, soit le meilleur taux obtenu pour des services en ligne. Offerts en tout temps, les services incluent l'accès à des formulaires en ligne, la constitution en personne morale le jour même et le paiement électronique sécurisé.

Défis à relever

Les consommateurs sont réticents à effectuer des achats en ligne (commerce électronique), car ils sont préoccupés par la fiabilité et l'intégrité des commerçants, le caractère adéquat de la protection des renseignements personnels, la sécurité, la livraison et les recours.

Réalisations

- Le Ministère a mis au point une Aide au magasinage en ligne, outil Internet interactif visant à aider les consommateurs à faire des achats en ligne en toute sécurité. Les consommateurs qui y feront appel seront plus susceptibles d'avoir confiance en la fiabilité de certains cybercommerçants et en leur capacité d'assurer la protection de leurs renseignements personnels et la sécurité de leurs transactions. Ils seront par conséquent plus enclins à effectuer des achats auprès de ces marchands.
(**strategis.gc.ca/sc_consu/consaffairs/frndoc/i_main_fr.html**)
- Le Ministère a élaboré et distribué un guide du magasinage en ligne, en collaboration avec le Comité sur les mesures de consommation, une initiative fédérale-provinciale-territoriale, et l'Association canadienne des fournisseurs Internet. L'utilisation du guide aidera vraisemblablement les consommateurs à faire confiance à certains commerçants qui vendent en ligne et accroîtra les probabilités d'achats auprès de ces marchands. Ils seront plus enclins à faire confiance à leur fiabilité et à la sécurité de leurs renseignements personnels.

Défis à relever

Il faut aider les utilisateurs à mieux contrôler leur environnement Internet par rapport au contenu illégal pouvant se révéler offensant et les sensibiliser aux initiatives en cours.

Réalisations

- Le Ministère a publié les conclusions du projet de recherche intitulé les *Jeunes Canadiens dans un monde branché*. L'enquête visait à déterminer dans quelle mesure les jeunes Canadiens adoptent des comportements dangereux dans Internet et l'effet que peuvent avoir la participation et les conseils des parents.
(**strategis.gc.ca/SSGF/sf05382f.html**)
- Le Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications a également collaboré avec Scouts Canada, la GRC et d'autres ministères au financement d'un programme interactif de sécurité, comprenant un module de formation, une courte vidéo, un site Web interactif et une trousse intitulée « Sois prudent, c'est gagnant ». Le projet, qui s'adresse aux enfants âgés de 5 à 11 ans, fait la promotion d'une saine utilisation d'Internet, grâce à un questionnaire interactif et à des scénarios que peuvent rencontrer les enfants lorsqu'ils naviguent dans Internet.

INVESTISSEMENT : Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

PER 1 : Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger

Défis à relever

Il faut s'attaquer aux obstacles et à la perception d'obstacles réglementaires à l'investissement intérieur et étranger (relatifs au climat, au marché, à l'immigration, à la fiscalité et à la propriété intellectuelle) sans porter atteinte à l'intérêt public que protège la réglementation.

Réalisations

- Dans des secteurs prioritaires, Industrie Canada a aidé à résoudre des problèmes qui nuisaient au climat d'investissement, notamment en ce qui concerne l'immigration (permis de travail du conjoint, accélération de l'entrée du conjoint, entrée temporaire), la fiscalité, y compris la R-D, et les défis relatifs à l'obtention d'une main-d'œuvre hautement qualifiée.
- S'acquittant de son rôle d'administrateur de la *Loi sur Investissement Canada*, le Ministère a examiné avec efficacité 42 demandes émanant d'investisseurs étrangers, dans le but de s'assurer que leurs investissements étaient avantageux pour le Canada. En outre, Industrie Canada a reçu 629 avis d'investisseurs étrangers se rapportant à la création ou à l'acquisition d'entreprises au Canada.

Défis à relever

Il faut mieux cerner et comprendre les principaux obstacles à l'investissement découlant des politiques gouvernementales.

Réalisations

- Industrie Canada a préparé des documents d'information et des diaporamas sur les principaux secteurs industriels à l'intention des investisseurs étrangers potentiels et d'autres personnes qui souhaitent obtenir des renseignements sur l'investissement au Canada. **(www.investiraucanada.gc.ca)**

Défis à relever

Il faut établir des partenariats stratégiques plus solides et plus nombreux pour améliorer le climat d'investissement.

Réalisations

- Le Ministère a fait équipe avec plusieurs organismes par l'intermédiaire du Programme de développement des marchés d'exportation — Investissement (PDME-I), par lequel les collectivités canadiennes peuvent obtenir une aide financière pour se préparer à attirer les investissements. Les collectivités sont encouragées à cette fin à adopter des stratégies détaillées de développement économique, à renforcer les capacités à long terme, à créer des réseaux en leur sein et à favoriser la croissance de l'emploi. Le PDME-I a reçu 235 demandes, dont 183 ont été agréées, ce qui représente un montant total de 2,7 millions de dollars d'aide approuvée, dont 520 000 $ sont destinés à 41 collectivités de la Colombie-Britannique. **(www.invest-bc.com)** [en anglais seulement]
- Il a mené de vastes consultations auprès des intervenants et formé des alliances avec un grand nombre d'administrations provinciales et municipales s'intéressant aux approvisionnements dans le cadre de partenariats entre les secteurs public et privé. Deux outils ont été mis au point : un guide pratique indiquant la façon d'élaborer un comparateur du secteur public et un répertoire d'information contractuelle. Plus de 500 fonctionnaires de l'Ontario ont reçu une formation concernant le partenariat public-privé à partir du programme d'études d'Industrie Canada.

PER 2 : Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement

Défis à relever

Les investisseurs sous-évaluent les qualités du Canada en tant que lieu d'investissement. Les entreprises ne sont pas informées et ne considèrent pas le Canada comme un lieu de prédilection pour l'investissement.

Réalisations

- Le Canada a mis sur pied un site Web efficace sur l'investissement, qui a été restructuré pour être conforme aux normes de GED (**www.investiraucanada.gc.ca**).
- Il a créé des outils de promotion comme la série « Pensez Canada! », consacrée aux industries chimique, aérospatiale et automobile, et préparé un diaporama sur les matériels médicaux.
- Il a participé à BIO 2001, exposition et congrès internationaux annuels de biotechnologie, pour faire valoir les possibilités qu'offre le Canada et mettre en valeur l'image de marque de l'industrie canadienne de la biotechnologie.
- Il a mesuré l'incidence d'événements majeurs comme BIO 2001 et le comité pour le développement économique à New York.
- Il a participé à la préparation de Globe 2002, biennale mettant en lumière les technologies, les solutions et les services de l'industrie environnementale canadienne, dans le cadre d'une conférence et d'un salon qui ont attiré au-delà de 1 750 délégués de divers secteurs industriels, d'ONG et d'institutions publiques de plus de 70 pays.
- Le Ministère a fait connaître les réussites canadiennes pour stimuler la concurrence dans le secteur des télécommunications et l'offre de nouveaux services Internet, par son leadership et sa participation lors de tribunes internationales sur les télécommunications et les nouveaux médias en Europe, en Amérique et en Asie (p. ex., l'Union internationale des télécommunications, l'APEC, la Commission interaméricaine des télécommunications, l'OCDE, l'Institut international des communications). Il a également rencontré les organismes responsables de régions et de pays clés, notamment l'Union européenne, les États-Unis, le Royaume-Uni, la France et le Japon, ainsi que des pays en voie d'industrialisation, comme le Mexique, la Chine, le Pérou et la Bolivie.

Défis à relever

Les partenaires et autres fournissent peu de données comparatives utiles sur les possibilités d'investissement au pays.

Réalisations

- Le Ministère a fourni un appui financier à la firme KPMG, à laquelle il a commandé des analyses et des publications se rapportant à des secteurs spécialisés comme les TIC, les produits chimiques, les matières plastiques, l'aérospatiale et l'industrie de l'automobile.
- Dans sa recherche d'initiatives pour promouvoir le Canada, il a participé à un événement de promotion électronique de l'image de marque du Canada à New York, à la conférence de l'Union internationale des télécommunications, à la réalisation de l'étude Choix concurrentiels de KPMG ainsi qu'à d'autres événements nationaux et à des tribunes très en vue afin de promouvoir le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement.
- Il a fait valoir le rôle de premier plan du Canada pour combler le fossé numérique en participant à la coordination des initiatives des Nations Unies, au Programme de connectivité pour les Amériques ainsi qu'aux travaux du G8.

Défis à relever

Les partenaires et autres ne font pas la promotion des messages fondamentaux de manière uniforme.

Réalisations

- Il a élaboré et mis en œuvre un plan exhaustif de marketing et de communication visant les TIC, pour faire connaître les avantages du Canada aux investisseurs.

INVESTISSEMENT : Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

PER 1 : Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger

Défis à relever

Il faut s'attaquer aux obstacles et à la perception d'obstacles réglementaires à l'investissement intérieur et étranger (relatifs au climat, au marché, à l'immigration, à la fiscalité et à la propriété intellectuelle) sans porter atteinte à l'intérêt public que protège la réglementation.

Réalisations

- Dans des secteurs prioritaires, Industrie Canada a aidé à résoudre des problèmes qui nuisaient au climat d'investissement, notamment en ce qui concerne l'immigration (permis de travail du conjoint, accélération de l'entrée du conjoint, entrée temporaire), la fiscalité, y compris la R-D, et les défis relatifs à l'obtention d'une main-d'œuvre hautement qualifiée.
- S'acquittant de son rôle d'administrateur de la *Loi sur Investissement Canada*, le Ministère a examiné avec efficacité 42 demandes émanant d'investisseurs étrangers, dans le but de s'assurer que leurs investissements étaient avantageux pour le Canada. En outre, Industrie Canada a reçu 629 avis d'investisseurs étrangers se rapportant à la création ou à l'acquisition d'entreprises au Canada.

Défis à relever

Il faut mieux cerner et comprendre les principaux obstacles à l'investissement découlant des politiques gouvernementales.

Réalisations

- Industrie Canada a préparé des documents d'information et des diaporamas sur les principaux secteurs industriels à l'intention des investisseurs étrangers potentiels et d'autres personnes qui souhaitent obtenir des renseignements sur l'investissement au Canada. (**www.investiraucanada.gc.ca**)

Défis à relever

Il faut établir des partenariats stratégiques plus solides et plus nombreux pour améliorer le climat d'investissement.

Réalisations

- Le Ministère a fait équipe avec plusieurs organismes par l'intermédiaire du Programme de développement des marchés d'exportation — Investissement (PDME-I), par lequel les collectivités canadiennes peuvent obtenir une aide financière pour se préparer à attirer les investissements. Les collectivités sont encouragées à cette fin à adopter des stratégies détaillées de développement économique, à renforcer les capacités à long terme, à créer des réseaux en leur sein et à favoriser la croissance de l'emploi. Le PDME-I a reçu 235 demandes, dont 183 ont été agréées, ce qui représente un montant total de 2,7 millions de dollars d'aide approuvée, dont 520 000 $ sont destinés à 41 collectivités de la Colombie-Britannique. **(www.invest-bc.com)** [en anglais seulement]
- Il a mené de vastes consultations auprès des intervenants et formé des alliances avec un grand nombre d'administrations provinciales et municipales s'intéressant aux approvisionnements dans le cadre de partenariats entre les secteurs public et privé. Deux outils ont été mis au point : un guide pratique indiquant la façon d'élaborer un comparateur du secteur public et un répertoire d'information contractuelle. Plus de 500 fonctionnaires de l'Ontario ont reçu une formation concernant le partenariat public-privé à partir du programme d'études d'Industrie Canada.

PER 2 : Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement

Défis à relever

Les investisseurs sous-évaluent les qualités du Canada en tant que lieu d'investissement. Les entreprises ne sont pas informées et ne considèrent pas le Canada comme un lieu de prédilection pour l'investissement.

Réalisations

- Le Canada a mis sur pied un site Web efficace sur l'investissement, qui a été restructuré pour être conforme aux normes de GED (**www.investiraucanada.gc.ca**).
- Il a créé des outils de promotion comme la série « Pensez Canada! », consacrée aux industries chimique, aérospatiale et automobile, et préparé un diaporama sur les matériels médicaux.
- Il a participé à BIO 2001, exposition et congrès internationaux annuels de biotechnologie, pour faire valoir les possibilités qu'offre le Canada et mettre en valeur l'image de marque de l'industrie canadienne de la biotechnologie.
- Il a mesuré l'incidence d'événements majeurs comme BIO 2001 et le comité pour le développement économique à New York.
- Il a participé à la préparation de Globe 2002, biennale mettant en lumière les technologies, les solutions et les services de l'industrie environnementale canadienne, dans le cadre d'une conférence et d'un salon qui ont attiré au-delà de 1 750 délégués de divers secteurs industriels, d'ONG et d'institutions publiques de plus de 70 pays.
- Le Ministère a fait connaître les réussites canadiennes pour stimuler la concurrence dans le secteur des télécommunications et l'offre de nouveaux services Internet, par son leadership et sa participation lors de tribunes internationales sur les télécommunications et les nouveaux médias en Europe, en Amérique et en Asie (p. ex., l'Union internationale des télécommunications, l'APEC, la Commission interaméricaine des télécommunications, l'OCDE, l'Institut international des communications). Il a également rencontré les organismes responsables de régions et de pays clés, notamment l'Union européenne, les États-Unis, le Royaume-Uni, la France et le Japon, ainsi que des pays en voie d'industrialisation, comme le Mexique, la Chine, le Pérou et la Bolivie.

Défis à relever

Les partenaires et autres fournissent peu de données comparatives utiles sur les possibilités d'investissement au pays.

Réalisations

- Le Ministère a fourni un appui financier à la firme KPMG, à laquelle il a commandé des analyses et des publications se rapportant à des secteurs spécialisés comme les TIC, les produits chimiques, les matières plastiques, l'aérospatiale et l'industrie de l'automobile.
- Dans sa recherche d'initiatives pour promouvoir le Canada, il a participé à un événement de promotion électronique de l'image de marque du Canada à New York, à la conférence de l'Union internationale des télécommunications, à la réalisation de l'étude Choix concurrentiels de KPMG ainsi qu'à d'autres événements nationaux et à des tribunes très en vue afin de promouvoir le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement.
- Il a fait valoir le rôle de premier plan du Canada pour combler le fossé numérique en participant à la coordination des initiatives des Nations Unies, au Programme de connectivité pour les Amériques ainsi qu'aux travaux du G8.

Défis à relever

Les partenaires et autres ne font pas la promotion des messages fondamentaux de manière uniforme.

Réalisations

- Il a élaboré et mis en œuvre un plan exhaustif de marketing et de communication visant les TIC, pour faire connaître les avantages du Canada aux investisseurs.

PER 3 : Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels

Défis à relever

Il faut que les entreprises étrangères qui dominent dans les secteurs clés investissent davantage au Canada.

Réalisations

- Le Ministère a fait connaître les avantages du Canada aux entreprises multinationales susceptibles d'investir au pays et à leurs filiales canadiennes — les incitant ainsi à maintenir ou à accroître leurs investissements et à réaliser des projets d'expansion au pays — en élaborant une stratégie et en établissant des objectifs en matière d'investissement ainsi qu'en nommant des gestionnaires chargés des relations avec les entreprises ciblées.
- Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), China World Best Group, Industrie Canada et les provinces ont travaillé de concert à la réalisation d'un programme d'investissement destiné aux dirigeants d'entreprises.
- En avril 2002, en collaboration avec PIC, le Ministère a aidé à convaincre une mission étrangère de dirigeants d'entreprises spécialisées dans l'exploitation de l'énergie éolienne d'envisager de s'implanter au Canada pour prendre de l'expansion.
- Il a réussi à attirer et à retenir un nombre élevé d'investissements dans l'industrie de l'automobile.

Défis à relever

Les multinationales en activité au Canada doivent être incitées à y réinvestir.

Réalisations

- Le Ministère a poursuivi ses échanges avec les PDG des filiales de multinationales exerçant des activités au Canada pour s'assurer que le « message du Canada » était livré de la façon la plus percutante possible au sein de leur entreprise.
- Il a élaboré une stratégie à l'intention des filiales des multinationales du secteur des sciences de la vie afin de promouvoir l'investissement et l'activité commerciale au Canada.

Défis à relever

Il faut acquérir une capacité systématique et bien coordonnée pour recueillir des renseignements commerciaux stratégiques et cohérents à l'intention d'éventuels investisseurs sérieux.

Réalisations

- Le Ministère a élaboré une base de données des entreprises canadiennes offrant des technologies de la sécurité.
- Il a mené des études sur les regroupements de TIC dans toutes les régions du pays, pour faire valoir les capacités de ces regroupements dans l'arène internationale.
- Il a édifié un système Web pour la collecte et la présentation d'information sur l'investissement, dans le cadre d'un projet pilote mené par PIC.
- Il a entrepris l'élaboration d'un système de classement pour recenser les entreprises ayant les plus grandes capacités d'investissement, de même qu'un système de gestion interne des grands projets.

Défis à relever

Il y a lieu d'établir des partenariats plus solides et de mieux coordonner les efforts relatifs à l'investissement des parties intéressées, y compris le secteur public (aux paliers fédéral, provincial, territorial et municipal), les organismes non gouvernementaux (p. ex., les universités et les établissements de recherche) et le secteur privé.

Réalisations

- Le Ministère a formé des groupes de travail relatifs à l'investissement dans le cadre des Réseaux commerciaux régionaux avec des partenaires provinciaux, en Alberta et en Saskatchewan, et a entrepris 10 projets de travail communs, exigeant la contribution d'importantes ressources financières et humaines et beaucoup de temps.
- En collaboration avec le MAECI, le personnel a travaillé avec des homologues provinciaux en Alberta, en Ontario et au Québec, pour organiser et appuyer une campagne de promotion de l'investissement dans le cadre d'une rencontre de l'industrie chimique à San Antonio.

PER 4 : Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

Défis à relever

Il faut améliorer la capacité des collectivités de stimuler l'investissement des PME et des groupes cibles, en particulier dans le Nord et les régions rurales de l'Ontario et parmi les Autochtones.

Réalisations

- Industrie Canada a créé un nouveau Fonds d'investissement commun dans le Nord-Est de l'Ontario, qui accroît la capacité d'emprunt de 15 Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC), tout en partageant les risques et le rendement éventuel. Il a continué d'appuyer le Fonds local de capital risque, qui regroupe cinq SADC du Sud-Est ontarien.

Défis à relever

Il est encore difficile pour les PME et les entreprises autochtones d'avoir accès au financement.

Réalisations

- Entreprise autochtone Canada (EAC) renforce les capacités des organismes financiers et des entreprises autochtones. En 2001-2002, EAC a fourni environ 7 millions de dollars pour appuyer les Sociétés de crédit commercial autochtones et versé 3 millions supplémentaires à divers organismes de développement des entreprises autochtones.

Défis à relever

La capacité des entreprises est insuffisante, notamment en matière de marketing et de promotion.

Réalisations

- Le Ministère a sensibilisé les petites entreprises de l'Ontario aux programmes et aux services du gouvernement en organisant à leur intention quatre conférences et foires-info, qui ont attiré plus de 2 000 entrepreneurs et propriétaires de petites entreprises. Un système d'inscriptions et un questionnaire de rétroaction en ligne ont permis d'axer davantage ces événements sur les clients. Ces mesures d'amélioration de la qualité lui ont valu le prix de reconnaissance de la foire de la qualité dans le secteur public, comme exemple de l'amélioration du service grâce à la technologie en ligne.
- Industrie Canada a élaboré et réalisé un Programme pilote de préparation à l'investissement à Winnipeg et à Calgary. Le programme a été proposé à 29 entreprises à la recherche de fonds d'investissement de l'ordre de 0,5 à 5 millions de dollars.
- Il a formulé les conditions générales du Mécanisme de financement structuré, de 150 millions de dollars, et l'a mis en œuvre. Le mécanisme assure un financement concurrentiel aux acheteurs de navires de construction canadienne, qui ne peuvent avoir recours aux déductions au titre de l'amortissement accéléré applicables à l'heure actuelle.

Défis à relever

Il y a peu de capital-risque disponible.

Réalisations

- Il a organisé des missions dans le secteur des TI pour faire connaître les sociétés canadiennes spécialisées dans le domaine aux investisseurs asiatiques de capital-risque.

PER 3 : Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels

Défis à relever

Il faut que les entreprises étrangères qui dominent dans les secteurs clés investissent davantage au Canada.

Réalisations

- Le Ministère a fait connaître les avantages du Canada aux entreprises multinationales susceptibles d'investir au pays et à leurs filiales canadiennes — les incitant ainsi à maintenir ou à accroître leurs investissements et à réaliser des projets d'expansion au pays — en élaborant une stratégie et en établissant des objectifs en matière d'investissement ainsi qu'en nommant des gestionnaires chargés des relations avec les entreprises ciblées.
- Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), China World Best Group, Industrie Canada et les provinces ont travaillé de concert à la réalisation d'un programme d'investissement destiné aux dirigeants d'entreprises.
- En avril 2002, en collaboration avec PIC, le Ministère a aidé à convaincre une mission étrangère de dirigeants d'entreprises spécialisées dans l'exploitation de l'énergie éolienne d'envisager de s'implanter au Canada pour prendre de l'expansion.
- Il a réussi à attirer et à retenir un nombre élevé d'investissements dans l'industrie de l'automobile.

Défis à relever

Les multinationales en activité au Canada doivent être incitées à y réinvestir.

Réalisations

- Le Ministère a poursuivi ses échanges avec les PDG des filiales de multinationales exerçant des activités au Canada pour s'assurer que le « message du Canada » était livré de la façon la plus percutante possible au sein de leur entreprise.
- Il a élaboré une stratégie à l'intention des filiales des multinationales du secteur des sciences de la vie afin de promouvoir l'investissement et l'activité commerciale au Canada.

Défis à relever

Il faut acquérir une capacité systématique et bien coordonnée pour recueillir des renseignements commerciaux stratégiques et cohérents à l'intention d'éventuels investisseurs sérieux.

Réalisations

- Le Ministère a élaboré une base de données des entreprises canadiennes offrant des technologies de la sécurité.
- Il a mené des études sur les regroupements de TIC dans toutes les régions du pays, pour faire valoir les capacités de ces regroupements dans l'arène internationale.
- Il a édifié un système Web pour la collecte et la présentation d'information sur l'investissement, dans le cadre d'un projet pilote mené par PIC.
- Il a entrepris l'élaboration d'un système de classement pour recenser les entreprises ayant les plus grandes capacités d'investissement, de même qu'un système de gestion interne des grands projets.

Défis à relever

Il y a lieu d'établir des partenariats plus solides et de mieux coordonner les efforts relatifs à l'investissement des parties intéressées, y compris le secteur public (aux paliers fédéral, provincial, territorial et municipal), les organismes non gouvernementaux (p. ex., les universités et les établissements de recherche) et le secteur privé.

Réalisations

- Le Ministère a formé des groupes de travail relatifs à l'investissement dans le cadre des Réseaux commerciaux régionaux avec des partenaires provinciaux, en Alberta et en Saskatchewan, et a entrepris 10 projets de travail communs, exigeant la contribution d'importantes ressources financières et humaines et beaucoup de temps.
- En collaboration avec le MAECI, le personnel a travaillé avec des homologues provinciaux en Alberta, en Ontario et au Québec, pour organiser et appuyer une campagne de promotion de l'investissement dans le cadre d'une rencontre de l'industrie chimique à San Antonio.

PER 4 : Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

Défis à relever

Il faut améliorer la capacité des collectivités de stimuler l'investissement des PME et des groupes cibles, en particulier dans le Nord et les régions rurales de l'Ontario et parmi les Autochtones.

Réalisations

- Industrie Canada a créé un nouveau Fonds d'investissement commun dans le Nord-Est de l'Ontario, qui accroît la capacité d'emprunt de 15 Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC), tout en partageant les risques et le rendement éventuel. Il a continué d'appuyer le Fonds local de capital risque, qui regroupe cinq SADC du Sud-Est ontarien.

Défis à relever

Il est encore difficile pour les PME et les entreprises autochtones d'avoir accès au financement.

Réalisations

- Entreprise autochtone Canada (EAC) renforce les capacités des organismes financiers et des entreprises autochtones. En 2001-2002, EAC a fourni environ 7 millions de dollars pour appuyer les Sociétés de crédit commercial autochtones et versé 3 millions supplémentaires à divers organismes de développement des entreprises autochtones.

Défis à relever

La capacité des entreprises est insuffisante, notamment en matière de marketing et de promotion.

Réalisations

- Le Ministère a sensibilisé les petites entreprises de l'Ontario aux programmes et aux services du gouvernement en organisant à leur intention quatre conférences et foires-info, qui ont attiré plus de 2 000 entrepreneurs et propriétaires de petites entreprises. Un système d'inscriptions et un questionnaire de rétroaction en ligne ont permis d'axer davantage ces événements sur les clients. Ces mesures d'amélioration de la qualité lui ont valu le prix de reconnaissance de la foire de la qualité dans le secteur public, comme exemple de l'amélioration du service grâce à la technologie en ligne.
- Industrie Canada a élaboré et réalisé un Programme pilote de préparation à l'investissement à Winnipeg et à Calgary. Le programme a été proposé à 29 entreprises à la recherche de fonds d'investissement de l'ordre de 0,5 à 5 millions de dollars.
- Il a formulé les conditions générales du Mécanisme de financement structuré, de 150 millions de dollars, et l'a mis en œuvre. Le mécanisme assure un financement concurrentiel aux acheteurs de navires de construction canadienne, qui ne peuvent avoir recours aux déductions au titre de l'amortissement accéléré applicables à l'heure actuelle.

Défis à relever

Il y a peu de capital-risque disponible.

Réalisations

- Il a organisé des missions dans le secteur des TI pour faire connaître les sociétés canadiennes spécialisées dans le domaine aux investisseurs asiatiques de capital-risque.

COMMERCE : Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

PER 1 : Maintenir et améliorer l'accès aux marchés

Défis à relever

Il faut assurer et améliorer l'accès aux marchés et favoriser la création d'un climat favorable à l'investissement pour les fournisseurs canadiens de produits et services sur les marchés internationaux.

Réalisations

- En décembre 2001, la loi mettant en œuvre l'Accord de libre-échange avec le Costa Rica a reçu la sanction royale. Au cours de l'exercice, des négociations ont également été amorcées avec Singapour, le Salvador, le Guatemala, le Honduras et le Nicaragua en vue d'un accord de libre-échange.

Défis à relever

Il faut éliminer les autres obstacles tarifaires et non tarifaires et renforcer la discipline internationale dans des domaines tels que le commerce des services, l'investissement, les formalités douanières, la propriété intellectuelle, les marchés publics, les normes, la politique de la concurrence, la main-d'œuvre, l'environnement, les subventions et les recours commerciaux.

Réalisations

- Le Ministère a administré des protocoles d'entente et des déclarations conjointes et il a assuré la mise en œuvre d'ententes pour promouvoir la capacité des entreprises et pour élaborer des ententes de coopération bilatérale à l'appui des technologies et des produits canadiens.

Défis à relever

Il faut faciliter le commerce et les investissements transfrontaliers, tout en réglant les problèmes de sécurité en territoire nord-américain.

Réalisations

- En décembre 2001, le Canada et les États-Unis ont signé une déclaration en vue d'édifier une frontière intelligente pour le XXI^e siècle, dans le but de renforcer la sécurité et de faciliter le mouvement transfrontalier des marchandises et des personnes.

Défis à relever

L'harmonisation des normes, des politiques et des règlements comporte diverses lacunes.

Réalisations

- Le Ministère a modifié le Règlement sur la radiocommunication et promulgué le Règlement sur les appareils de télécommunication afin de permettre la mise en œuvre avec divers pays d'accords de reconnaissance mutuelle qui faciliteront le commerce du matériel de TIC en raccourcissant le délai pour la mise en marché et en réduisant les coûts de production et de mise à l'essai. Par ailleurs, Industrie Canada est maintenant en mesure de déléguer des responsabilités à des organismes privés de certification en télécommunications au Canada.
- Il a abordé les obstacles tarifaires et non tarifaires avec le Groupe de travail sur les télécommunications de l'APEC et amélioré la discipline internationale dans des domaines comme le commerce des services, l'investissement, les formalités douanières, la propriété intellectuelle, les marchés publics, les normes, la politique en matière de concurrence, la main-d'œuvre, l'environnement et les subventions.
- Il a mis sur pied le Comité sino-canadien des codes du bâtiment, pour lever les obstacles réglementaires empêchant l'accès des charpentes en bois sur le marché chinois. Il a réussi à faire approuver par les comités d'examen chinois les principales sections du système de construction canadien reposant sur les « deux-par-quatre ».
- Il a travaillé avec Transports Canada en vue de la signature du Forum mondial de l'harmonisation des normes techniques concernant les véhicules.

Défis à relever

Les restrictions sur le marché intérieur empêchent les entreprises d'atteindre la masse critique nécessaire pour conquérir les marchés internationaux et défavorisent les entreprises canadiennes sur leur propre marché par rapport à leurs concurrents.

Réalisations

- Les représentants de tous les paliers supérieurs du gouvernement au pays se sont entendus sur une recommandation adressée aux ministres siégeant au Comité sur le commerce intérieur, au sujet d'un projet de texte visant à étendre les obligations de transparence et de non-discrimination aux achats importants des sociétés d'État et à augmenter le nombre de sociétés d'État qui pourraient être visées par ces obligations.

Défis à relever

Nombre de secteurs ne sont pas visés par l'Accord sur le commerce intérieur, notamment le secteur de l'énergie, les sociétés d'État et des éléments de la nouvelle économie.

Réalisations

- Les représentants du gouvernement fédéral sont parvenus à une entente avec leurs homologues de l'ensemble des provinces et des territoires sur une série d'options à soumettre à l'étude des ministres responsables du commerce intérieur, en vue de l'intégration éventuelle d'un chapitre sur l'énergie à l'Accord sur le commerce intérieur.

PER 2 : Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs

Défis à relever

Les exportateurs potentiels ne sont pas toujours conscients des avantages liés à l'exportation ou encore ne connaissent pas toujours les pratiques et les mécanismes en matière d'exportation.

Réalisations

- Le Ministère a organisé 493 missions avec plus de 6 000 clients. Ces missions étaient destinées à faire connaître entre autres aux nouveaux exportateurs les pratiques et les règlements, de façon à leur faciliter la tâche lors de leur première expérience de l'exportation.
- Les Services d'information sur l'exportation d'Équipe Canada inc, assurés par les Centres de services aux entreprises du Canada, ont traité plus de 10 000 appels en 2001-2002. Les questions portaient sur les règlements applicables à l'exportation, les tarifs et la logistique (34 p. 100), les mesures à prendre pour se lancer dans l'exportation (20 p. 100) et les renseignements sur le marché (17 p. 100). Il s'ensuit que plus de la moitié des personnes ayant demandé des renseignements ont indiqué qu'elles étaient maintenant en mesure d'exporter ou actives sur les marchés d'exportation.

Défis à relever

Les petites entreprises, en particulier dans les industries du savoir et de l'environnement, éprouvent de la difficulté à obtenir un appui lorsqu'elles essaient de prendre de l'expansion sur les marchés internationaux.

Réalisations

- Industrie Canada a approuvé 522 demandes au titre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), ce qui s'est traduit par une aide de 10,7 millions de dollars. On estime que la valeur des affaires conclues par suite de l'aide fournie par le PDME au cours de l'exercice s'élève à 170 millions de dollars.

PER 3 : Développer les marchés étranger

Défis à relever

Le Canada doit s'imposer en tant que pays innovateur à la pointe de la haute technologie, constituant une source d'approvisionnement concurrentielle, fiable et de premier ordre, de façon à aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence des marchés internationaux.

Réalisations

- Le Ministère a lancé SourceCAN (**www.sourcecan.com**), base de données en ligne des capacités des entreprises canadiennes, qui assure le jumelage automatisé des entreprises et des appels d'offres. Les appels d'offres d'offres internationaux transmis par l'intermédiaire de SourceCAN ont permis aux entreprises canadiennes de réaliser des ventes à l'exportation de 100 millions de dollars au cours des 11 derniers mois de l'exercice.

COMMERCE : Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

PER 1 : Maintenir et améliorer l'accès aux marchés

Défis à relever

Il faut assurer et améliorer l'accès aux marchés et favoriser la création d'un climat favorable à l'investissement pour les fournisseurs canadiens de produits et services sur les marchés internationaux.

Réalisations

- En décembre 2001, la loi mettant en œuvre l'Accord de libre-échange avec le Costa Rica a reçu la sanction royale. Au cours de l'exercice, des négociations ont également été amorcées avec Singapour, le Salvador, le Guatemala, le Honduras et le Nicaragua en vue d'un accord de libre-échange.

Défis à relever

Il faut éliminer les autres obstacles tarifaires et non tarifaires et renforcer la discipline internationale dans des domaines tels que le commerce des services, l'investissement, les formalités douanières, la propriété intellectuelle, les marchés publics, les normes, la politique de la concurrence, la main-d'œuvre, l'environnement, les subventions et les recours commerciaux.

Réalisations

- Le Ministère a administré des protocoles d'entente et des déclarations conjointes et il a assuré la mise en œuvre d'ententes pour promouvoir la capacité des entreprises et pour élaborer des ententes de coopération bilatérale à l'appui des technologies et des produits canadiens.

Défis à relever

Il faut faciliter le commerce et les investissements transfrontaliers, tout en réglant les problèmes de sécurité en territoire nord-américain.

Réalisations

- En décembre 2001, le Canada et les États-Unis ont signé une déclaration en vue d'édifier une frontière intelligente pour le XXI^e^ siècle, dans le but de renforcer la sécurité et de faciliter le mouvement transfrontalier des marchandises et des personnes.

Défis à relever

L'harmonisation des normes, des politiques et des règlements comporte diverses lacunes.

Réalisations

- Le Ministère a modifié le Règlement sur la radiocommunication et promulgué le Règlement sur les appareils de télécommunication afin de permettre la mise en œuvre avec divers pays d'accords de reconnaissance mutuelle qui faciliteront le commerce du matériel de TIC en raccourcissant le délai pour la mise en marché et en réduisant les coûts de production et de mise à l'essai. Par ailleurs, Industrie Canada est maintenant en mesure de déléguer des responsabilités à des organismes privés de certification en télécommunications au Canada.
- Il a abordé les obstacles tarifaires et non tarifaires avec le Groupe de travail sur les télécommunications de l'APEC et amélioré la discipline internationale dans des domaines comme le commerce des services, l'investissement, les formalités douanières, la propriété intellectuelle, les marchés publics, les normes, la politique en matière de concurrence, la main-d'œuvre, l'environnement et les subventions.
- Il a mis sur pied le Comité sino-canadien des codes du bâtiment, pour lever les obstacles réglementaires empêchant l'accès des charpentes en bois sur le marché chinois. Il a réussi à faire approuver par les comités d'examen chinois les principales sections du système de construction canadien reposant sur les « deux-par-quatre ».
- Il a travaillé avec Transports Canada en vue de la signature du Forum mondial de l'harmonisation des normes techniques concernant les véhicules.

Défis à relever

Les restrictions sur le marché intérieur empêchent les entreprises d'atteindre la masse critique nécessaire pour conquérir les marchés internationaux et défavorisent les entreprises canadiennes sur leur propre marché par rapport à leurs concurrents.

Réalisations

- Les représentants de tous les paliers supérieurs du gouvernement au pays se sont entendus sur une recommandation adressée aux ministres siégeant au Comité sur le commerce intérieur, au sujet d'un projet de texte visant à étendre les obligations de transparence et de non-discrimination aux achats importants des sociétés d'État et à augmenter le nombre de sociétés d'État qui pourraient être visées par ces obligations.

Défis à relever

Nombre de secteurs ne sont pas visés par l'Accord sur le commerce intérieur, notamment le secteur de l'énergie, les sociétés d'État et des éléments de la nouvelle économie.

Réalisations

- Les représentants du gouvernement fédéral sont parvenus à une entente avec leurs homologues de l'ensemble des provinces et des territoires sur une série d'options à soumettre à l'étude des ministres responsables du commerce intérieur, en vue de l'intégration éventuelle d'un chapitre sur l'énergie à l'Accord sur le commerce intérieur.

PER 2 : Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs

Défis à relever

Les exportateurs potentiels ne sont pas toujours conscients des avantages liés à l'exportation ou encore ne connaissent pas toujours les pratiques et les mécanismes en matière d'exportation.

Réalisations

- Le Ministère a organisé 493 missions avec plus de 6 000 clients. Ces missions étaient destinées à faire connaître entre autres aux nouveaux exportateurs les pratiques et les règlements, de façon à leur faciliter la tâche lors de leur première expérience de l'exportation.
- Les Services d'information sur l'exportation d'Équipe Canada inc. assurés par les Centres de services aux entreprises du Canada, ont traité plus de 10 000 appels en 2001-2002. Les questions portaient sur les règlements applicables à l'exportation, les tarifs et la logistique (34 p. 100), les mesures à prendre pour se lancer dans l'exportation (20 p. 100) et les renseignements sur le marché (17 p. 100). Il s'ensuit que plus de la moitié des personnes ayant demandé des renseignements ont indiqué qu'elles étaient maintenant en mesure d'exporter ou actives sur les marchés d'exportation.

Défis à relever

Les petites entreprises, en particulier dans les industries du savoir et de l'environnement, éprouvent de la difficulté à obtenir un appui lorsqu'elles essaient de prendre de l'expansion sur les marchés internationaux.

Réalisations

- Industrie Canada a approuvé 522 demandes au titre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), ce qui s'est traduit par une aide de 10,7 millions de dollars. On estime que la valeur des affaires conclues par suite de l'aide fournie par le PDME au cours de l'exercice s'élève à 170 millions de dollars.

PER 3 : Développer les marchés étranger

Défis à relever

Le Canada doit s'imposer en tant que pays innovateur à la pointe de la haute technologie, constituant une source d'approvisionnement concurrentielle, fiable et de premier ordre, de façon à aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence des marchés internationaux.

Réalisations

- Le Ministère a lancé SourceCAN (**www.sourcecan.com**), base de données en ligne des capacités des entreprises canadiennes, qui assure le jumelage automatisé des entreprises et des appels d'offres. Les appels d'offres d'offres internationaux transmis par l'intermédiaire de SourceCAN ont permis aux entreprises canadiennes de réaliser des ventes à l'exportation de 100 millions de dollars au cours des 11 derniers mois de l'exercice.

Défis à relever

Un plus grand nombre d'entreprises canadiennes doivent prendre conscience des débouchés à l'étranger et passer rapidement à l'action pour les saisir. Elles devraient :

- obtenir des renseignements commerciaux sur les marchés et les débouchés à l'étranger, ce qui les aiderait à prendre des décisions d'affaires éclairées, à avoir accès à de nouveaux marchés et à accroître leurs ventes l'exportation;
- disposer de personnes-ressources et de possibilités de réseautage leur facilitant l'accès aux marchés étrangers;
- comprendre les approches novatrices qu'elles peuvent adopter pour promouvoir leurs activités sur la scène internationale.

Réalisations

- Les Équipes sectorielles commerciales Canada ont fourni à leurs clients canadiens de l'information et des renseignements commerciaux en ligne sur les marchés et les débouchés étrangers. Par exemple, l'Équipe commerciale Canada du matériel électrique et des services d'énergie électrique a transmis plus de 500 renseignements sur des occasions d'affaires à plus de 350 entreprises en 2001-2002.

PER 4 : Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international

Défis à relever

Le Ministère doit intégrer ses programmes de promotion du commerce davantage, améliorer la coordination et l'intégration des activités avec ses partenaires par l'intermédiaire d'Équipe Canada inc et mieux faire connaître et commercialiser les services offerts par les partenaires de l'Équipe.

Réalisations

- Le partenariat Équipe Canada inc a obtenu du financement en vue d'un effort concerté échelonné sur trois ans, afin de faire valoir l'image de marque du Canada dans le cadre de grands événements commerciaux.

Défis à relever

Un plus grand nombre d'entreprises canadiennes doivent prendre conscience des débouchés à l'étranger et passer rapidement à l'action pour les saisir. Elles devraient :

- obtenir des renseignements commerciaux sur les marchés et les débouchés à l'étranger, ce qui les aiderait à prendre des décisions d'affaires éclairées, à avoir accès à de nouveaux marchés et à accroître leurs ventes l'exportation;
- disposer de personnes-ressources et de possibilités de réseautage leur facilitant l'accès aux marchés étrangers;
- comprendre les approches novatrices qu'elles peuvent adopter pour promouvoir leurs activités sur la scène internationale.

Réalisations

- Les Équipes sectorielles commerciales Canada ont fourni à leurs clients canadiens de l'information et des renseignements commerciaux en ligne sur les marchés et les débouchés étrangers. Par exemple, l'Équipe commerciale Canada du matériel électrique et des services d'énergie électrique a transmis plus de 500 renseignements sur des occasions d'affaires à plus de 350 entreprises en 2001-2002.

PER 4 : Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international

Défis à relever

Le Ministère doit intégrer ses programmes de promotion du commerce davantage, améliorer la coordination et l'intégration des activités avec ses partenaires par l'intermédiaire d'Équipe Canada inc et mieux faire connaître et commercialiser les services offerts par les partenaires de l'Équipe.

Réalisations

- Le partenariat Équipe Canada inc a obtenu du financement en vue d'un effort concerté échelonné sur trois ans, afin de faire valoir l'image de marque du Canada dans le cadre de grands événements commerciaux.

Index

A

Accès à l'information sur la protection civile nationale · 39

Accès au capital · 26, 38, 39, 52, 54

Accès aux marchés · 8, 10, 27, 28, 76, 78

Accès légitime · 42, 67

Accord de Kyoto · 70

Accord de libre-échange des Amériques · 27, 76

Accord sur le commerce intérieur · 28, 77

Atteindre l'excellence : Investir dans les gens, le savoir et les possibilités · 2, 4, 11, 15, 24

B

Bureau de la concurrence · 19, 20, 21, 22, 46, 67, 69, 71

Bureau de la consommation · 19, 20, 46

Bureau du surintendant des faillites Canada · 19

C

CA*net 4 · 13, 15, 38, 53

Camps de l'inforoute, des sciences et de l'entrepreneurship (camp ISE) · 16

CANARIE · 15, 53, 63

Canshare · 39

Cartes routières technologiques sur les immeubles intelligents · 11, 42

Cartes routières technologiques sur le changement climatique · 11, 40

Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) · 31, 77

Centres des occasions d'affaires internationales (COAI) · 29

Centres du commerce international (CCI) · 28

Collections numérisées du Canada (CNC) · 16

Collectivités ingénieuses · 54, 55, 65

Comité de coordination des sous-ministres adjoints chargé de la biotechnologie · 40

Compétence.ca · 16, 43, 65

Cyberjeunes Canada International (CCI) · 16

D

Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada · 30, 31

Développement durable · 3, 4, 8, 10, 12, 14, 36, 37, 38, 56, 62

Direction générale des applications de l'autoroute de l'information · 36, 54

Direction générale des corporations d'Industrie Canada · 19, 31, 66, 70, 71

Direction générale des politiques-cadres du marché · 19

Discours du Trône · 4

E

Écoefficacité · 4, 10, 14, 36, 37, 38, 61, 62

Entreprise autochtone Canda · 26, 38, 39, 52

Équipe Canada · 23, 24, 25

Équipe Canada inc · 29, 44, 77, 78

Équipes sectorielles commerciales Canada · 29, 78

Étudiants bien branchés (EBB) · 16, 44, 63, 64

Évaluation de la fonction de contrôleur moderne · 32

F

Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs (FCJE) · 52, 53

Fondation Pierre-Elliot-Trudeau · 55

Fonds local de capital-risque · 75

G

Génome Canada · 37, 49, 51, 54, 61

Gouvernement en direct · 17, 18, 30, 40

Groupe de travail du G8 sur les possibilités du numérique · 41, 42

I

Indice de connectivité · 6

Indice du développement humain · 3

Initiative canadienne pour le commerce électronique · 40
Initiative de modernisation de la fonction de contrôleur · 30
Initiative sur les villes durables · 28
Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor) · 26, 54
Initiative jeunesse du programme d'accès communautaire (IJ du PAC) · 16
Institut canadien de recherches avancées · 52
Investissement étranger direct (IED) · 7, 8

L

LearnCanada · 63
Le Savoir, clé de notre avenir : Le perfectionnement des compétences au Canada · 4, 12
Loi canadienne sur les coopératives · 19
Loi canadienne sur les sociétés par actions · 19, 66
Loi sur la concurrence · 22, 67, 71
Loi sur la faillite et l'insolvabilité · 68
Loi sur la protection des renseignements personnels et des documents électroniques (LPRPDE) · 16
Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies · 68
Loi sur les brevets · 68
Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés · 23

M

Manufacturiers et Exportateurs du Canada · 60
Mécanisme de financement structuré · 56, 75
Mesures Canada · 19, 32, 69

O

Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) · 19, 21, 57, 69, 70
Ordinateurs pour les écoles · 16, 62
Organismes de services axés sur le marché · 19, 32, 80

P

Partenariat pour l'investissement au Canada · 2, 23, 46
Partenariat technologique Canada (PTC) · 12, 37, 45, 46, 56, 61
Passerelle d'information pour le consommateur · 21, 31, 70
Pensez Canada! · 23, 73
Petites et moyennes entreprises (PME) · 2, 13
Phonebusters · 22, 39, 69
Production réelle par habitant · 3
Produit intérieur brut (PIB) · 3, 8
Programme d'accès communautaire · 14, 15, 54, 55, 63
Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones · 52
Programme de développement des collectivités · 54
Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) · 72, 77
Programme de développement des marchés d'exportations — Investissement (PDME—I) · 72
Programme de développement des entreprises autochtones · 52
Projet de loi S-11 · 19
Projet de loi S-17 · 66, 68
Projet Emptor · 42
Projets d'emploi pour la jeunesse (PEJ) de Rescol · 16
Propriété intellectuelle · 7, 19, 21, 40, 57, 60, 68, 69, 70, 72, 76
Protocole de Kyoto · 41

R

Recherche-développement (R-D) · 5
Règlement sur la radiocommunication — Licences radio pour fins autres que la radiodiffusion · 36, 76
Répercussions du Protocole de Kyoto sur la compétitivité · 41
Rescol · 14, 16, 43, 54, 62, 63, 65
Rescol à la source · 43, 63
Réseau de recherche appliquée préconcurrentielle (PRECARN) · 60
Revenu réel disponible par habitant · 3

S

Sentiers de la croissance · 13
Shad International · 55
Sociétés d'aide au développement des collectivités · 26, 31, 54, 75

SourceCAN · 17, 43, 44, 66, 77
Spectre, technologies de l'information et télécommunications · 19
Stratégie canadienne en matière de biotechnologie · 39, 40
Stratégie de développement durable · 34, 35
Stratégie d'information financière (SIF) · 35, 50
Stratégie d'innovation du Canada · 1, 2, 4, 7, 11, 19
Stratégie emploi jeunesse (SEJ) · 16
Strategis · 11, 14, 16, 17, 20, 28, 30, 37 38, 39, 41, 45, 56, 63, 65, 66, 71

T

Technologies de l'information et des communications (TIC) · 1, 6, 19, 20, 23, 71
Traité de coopération en matière de brevets (TCB) · 69
Traité sur le droit des brevets (TDB) · 69
Tribunal de la concurrence · 1, 20, 67

U

Un Canada branché · 6, 15

V

VolNet · 62